

MARKETING DE DESTINOS

1.- Datos de la Asignatura

Código	107517	Plan	Cód. 275 Grado en Turismo	ECTS	4,5
Carácter	Optativo	Curso	3º	Periodicidad	Semestral
Área	Comercialización e Investigación de mercados				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https:\\moodle.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Milagros Fernández Herrero	Grupo / s	1
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Comercialización e Investigación de mercados		
Centro	E.U. de Educación y Turismo (Ávila)		
Despacho	79 (Administración y Economía de la Empresa)		
Horario de tutorías presenciales	Se fijarán al inicio del curso académico		
E-mail	mfh@usal.es	Teléfono	920353600

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
Módulo 6. Mención de gestión y planificación del turismo.
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Materia optativa de 6 créditos ECTS programados en el 6º semestre, curso 3º
Perfil profesional.
Mención de Gestión y planificación del turismo.

3.- Recomendaciones previas

Es aconsejable que el alumno haya superado previamente la materia de *Fundamentos de marketing*.

El conocimiento del inglés y la informática a nivel de usuario no son requisitos esenciales pero se consideran muy recomendables para la búsqueda de información y para la realización y exposición de los trabajos de esta asignatura.

Esta asignatura se ha definido como una asignatura *English Friendly* de nivel 4. Se pueden consultar los detalles sobre las asignaturas *English Friendly* en la guía del grado y en la página web de la titulación.

4.- Objetivos de la asignatura

- Saber definir los objetivos comerciales de la empresa o entidad, desarrollar y tomar decisiones sobre las estrategias comerciales y establecer unas adecuadas políticas comerciales.
- Adquirir habilidades comunicativas orientadas hacia el ámbito interno y externo de las organizaciones turísticas.
- Conocer las TIC como herramientas esenciales en la gestión, promoción y comercialización de las empresas e instituciones del sector turístico, tanto a nivel interno como externo.

5.- Contenidos

Bloques de contenido:

- I. Articulación de un destino turístico.
- II. Marketing del destino turístico. Creación de marca. E-marketing.
- III. La gestión del destino turístico desde el punto de vista del marketing.

6.- Competencias a adquirir

Básicas/Generales.

Básicas

CB1, CB2, CB3, CB4, CB5

Generales

CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG7

Específicas.

CE10, CE12, CE17, CE19, CE21

7.- Metodologías docentes

- Actividades introductorias (dirigidas por el profesor).
- Actividades teóricas (dirigidas por el profesor): sesión magistral.
- Actividades prácticas guiadas: prácticas en el aula, prácticas en aula de informática, prácticas externas, exposiciones y debates.
- Atención personalizada (dirigida por el profesor): tutorías, actividades de seguimiento online.
- Actividades prácticas autónomas: preparación de trabajos, trabajos, foros de discusión.
- Pruebas de evaluación: pruebas objetivas tipo test.

Nota: La plataforma virtual Studium será el soporte para el desarrollo de la asignatura. A través de ella se facilitará todo el material necesario para desarrollar la misma; igualmente servirá de canal de información y tutorización para la materia.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales	7.5		36	43.5
Prácticas	- En aula	7.5	2	9.5
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática		2	2
	- De campo	8	2	10
	- De visualización (visu)			
Seminarios				
Exposiciones y debates	2		2	4
Tutorías		1.5		1.5
Actividades de seguimiento online	18	2		20
Preparación de trabajos		10	10	20
Otras actividades: prueba final de semestre	2			2
Exámenes				
TOTAL	45	13.5	54	112.5

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

EJARQUE, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito*. Madrid. Pirámide.

EUROPEAN TRAVEL COMMISSION AND WORLD TOURISM ORGANIZATION (2008). *Handbook on e-marketing for tourism destinations*. Madrid. WTO, ETC.

EUROPEAN TRAVEL COMMISSION AND WORLD TOURISM ORGANIZATION (2009). *Handbook on tourism destinations branding*. Madrid. WTO, ETC.

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

ANTÓN CLAVÉ, S. (2012). *Diez lecciones sobre turismo: el reto de reinventar los destinos*. Barcelona. Planeta.

BIGNÉ, J.E. ET AL (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid. ESIC.

BONIFACE, B. Y COOPER, C. (2005). *Worldwide destinations casebook*. Oxford. Elsevier.

CASANUEVA, C. Y GALLEGU, M.A. (2012). *Dirección estratégica de organizaciones turísticas*. Madrid. Pirámide.

EUROPEAN TRAVEL COMMISSION AND WORLD TOURISM ORGANIZATION (2007). *Handbook on tourism market segmentation*. Bruselas. WTO, ETC.

HAIR, J. ET AL (2010). *Investigación de mercados* (4ª ed.). Mexico DF. McGraw Hill Interamericana de España.

KOTLER, P. ET AL (2011). *Marketing turístico* (5ª ed). Madrid. Prentice Hall-Financial Times.

LÓPEZ ET AL (2011). *Renovación de destinos turísticos consolidados*. Tirant lo blanc.

MUNUERA ALEMÁN, J.L. Y RODRÍGUEZ ESCUDERO, A.I. (2002). *Estrategia de marketing: teoría y casos*. Madrid. Pirámide.

MUÑOZ GONZÁLEZ, R. (2010). *Marketing en el siglo XXI*. Madrid. Centro de Estudios Financieros.

SAINZ DE VICUÑA, J.M. (2002). *El plan de marketing en la práctica*. Madrid. ESIC.

VÁZQUEZ CASIELLES, R., TRESPALACIOS GUTIÉRREZ, J.A. Y RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I.A. (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales* (4ª ed.). Madrid. Thomson-Civitas.

OTROS RECURSOS:

Material de elaboración propia proporcionado a través del Campus Virtual Studium.

Referencias bibliográficas específicas de carácter profesional.

Páginas web institucionales, empresariales y profesionales.

Publicaciones periódicas profesionales.

Estadísticas e informes sectoriales.

Guías profesionales.

Indicadores turísticos.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

El sistema permite la evaluación de alumnos presenciales y no presenciales.

Los estudiantes que no puedan acudir con regularidad a las actividades presenciales deberán acogerse al sistema de previsto para estudiantes no presenciales. Estos estudiantes deberán presentar una solicitud motivada al principio de curso y el órgano correspondiente decidirá si pueden o no acogerse a esta modalidad.

SOLO si se asiste al menos al 80% de las clases el alumno puede acogerse al sistema de evaluación continua. De no asistir a este número mínimo de clases y no haberse acogido al sistema no presencial, no podrá examinarse en la convocatoria ordinaria, debiendo realizar las tareas previstas para el sistema no presencial y presentarlas en la convocatoria extraordinaria.

Criterios de evaluación

En la prueba final de semestre el alumno debe demostrar la adquisición de los conocimientos teóricos y de las competencias específicas, la capacidad de análisis y de síntesis y la comunicación escrita.

En el trabajo desarrollado por el estudiante se valorará la capacidad de análisis y síntesis, la comunicación oral y escrita, el trabajo en equipo y el aprendizaje autónomo. El compromiso ético será valorado tanto en las prácticas como en las intervenciones en la clase.

Instrumentos de evaluación

Evaluación continua:

- Pruebas intermedias y/o elaboración de trabajos prácticos.
- Asistencia y/o participación.
- Prueba final.

Sistema de evaluación	Alumnos presenciales		Alumnos no presenciales	
	calificación	Mínimo a alcanzar par poder superar la materia	calificación	Mínimo a alcanzar par poder superar la materia
Prueba final	50% (5 pts)	2 puntos	50% (5 pts)	2 pts
Pruebas intermedias y/o elaboración trabajos prácticos	40% (4 pts)	1.6 pts	50% (5 pts)	2 pts
Asistencia y/o participación	10% (1 pto)	0.8 pts	-	-
Total	100%	5	100%	5

La valoración de la participación e interacción con el grupo presupone la asistencia al menos al 80% de las clases, más la realización de actividades en aula. En el caso de alumnos no presenciales, se planteará un trabajo o práctica adicional para la consecución del punto adicional que se otorga a la participación e interacción con el grupo.

Convocatoria extraordinaria: Se mantiene el mismo esquema de evaluación para la convocatoria extraordinaria, es decir, para poder presentarse a la prueba de examen correspondiente a la misma, han de presentarse las prácticas obligatorias propuestas, manteniéndose los mismos criterios de mínimos y de peso en la calificación global.

Recomendaciones para la recuperación.

Se recomienda la utilización de las tutorías presenciales y/o online para atender cada situación específica.

Dirección Estratégica de Empresas Turísticas

Código		Plan		ECTS	4.5
Carácter	Obligatorio	Curso	3º	Periodicidad	2º cuatrimestre
Área	Organización de Empresas				
Departamento	Administración y Dirección de Empresas				
Plataforma Virtual	Plataforma:				
	URL de Acceso:				

Datos del profesorado

Profesora Coordinadora	M ^a Aurora Pindado González	Grupo / s	
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Organización de Empresas		
Centro	Escuela Universitaria de Educación y Turismo		
Despacho			
Horario de tutorías			
URL Web	http://www.usalempresa.es		
E-mail	apindado@usal.es	Teléfono	920 353600

Profesora		Grupo / s	
Departamento			
Área			
Centro			
Despacho			
Horario de tutorías			
URL Web			
E-mail		Teléfono	

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia

"Dirección Estratégica" es una asignatura obligatoria de mención de 4.5 créditos ECTS, de 2º Semestre, de Tercer Curso del Grado en Turismo. Pertenece al módulo de Organización de Empresas, materia de Dirección Estratégica de la empresa. Esta asignatura forma parte del módulo 6. Intensificación en Gestión y Dirección de empresas de servicios turísticos.

Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.

Una vez que el estudiante ha seguido asignaturas de las distintas áreas funcionales de la empresa, el papel de esta asignatura es ofrecer una visión global de la empresa (el punto de vista de la dirección general) que le posibilite para integrar conocimientos de las distintas áreas funcionales y reconocer las interrelaciones entre ellas.

Perfil profesional.

La asignatura "Dirección estratégica de empresas turísticas" ofrecerá la formación básica esencial en materia de "Estrategias Empresariales", que garantice la adquisición de las competencias y habilidades fundamentales para la adaptación sostenible del futuro egresado a las cambiantes necesidades tecnológicas de la profesión.

3.- Recomendaciones previas

No existen requisitos previos.

4.- Objetivos de la asignatura

Los objetivos generales que persigue la docencia de la asignatura son:

- Entender la naturaleza de la estrategia empresarial o los mecanismos que apoyan la supervivencia de la empresa en el mercado.
- Se busca conocer y aplicar las principales herramientas de análisis estratégico comprendiendo sus limitaciones.
- Adquirir una visión global de la empresa que permita integrar los conocimientos y habilidades desarrollados en los cursos de especialización funcional y que destaque la necesidad de coherencia interna tanto a nivel horizontal, entre las distintas áreas de la empresa, como vertical, entre los distintos niveles de análisis (corporativo, competitivo y funcional).

- Desarrollo de la capacidad de análisis de situaciones concretas, identificando a partir de ello potenciales oportunidades y amenazas, fortalezas y debilidades, y ventajas y desventajas competitivas como base para la formulación de estrategias y su puesta en práctica. Se trata de desarrollar la capacidad crítica de los estudiantes y las habilidades de trabajo en equipo, aplicando los contenidos desarrollados al análisis y discusión de casos de empresas en profundidad.

5.- Contenidos

El objetivo básico reside en ofrecer un marco general sobre el proceso de dirección estratégica para que las compañías analicen el sector de actividad en el que se encuentran y puedan adoptar la estrategia competitiva adecuada. Dada la creciente complejidad en el que se encuentran inmersas las empresas de hoy, se enfatiza el impacto del entorno y el papel jugado por los recursos y capacidades internos. Para ello se estudiarán:

1. LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA
 - 1.1. Concepto de estrategia
 - 1.2. Elementos de la estrategia: objetivos a largo plazo y medios para alcanzarlos
 - 1.3. Niveles en la estrategia
 - 1.4. Fases del proceso de dirección estratégica
2. ANALISIS ESTRATEGICO
 - 2.1. Entorno general y entorno sectorial
 - 2.2. Análisis de la competencia en el sector
 - 2.2.1. Estructura competitiva del sector turístico en España
 - 2.3. Análisis interno
3. VENTAJA COMPETITIVA
 - 3.1. Ventaja en costes
 - 3.2. Ventaja en diferenciación
4. ESTRATEGIAS CORPORATIVAS
 - 4.1. Direcciones de crecimiento
 - 4.2. Métodos de crecimiento
5. EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA
 - 5.1. Estrategias y estructuras
 - 5.2. Sistemas de Planificación y Control

6.- Competencias a adquirir

Las competencias específicas y transversales que se desarrollarán en esta asignatura contribuyen a que el alumno adquiera las establecidas en la Materia Dirección Estratégica de la empresa, cuya relación aparece incluida en la Memoria de Verificación del Título de Grado en Turismo

Básicas/

CB1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en el área/s de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel, que si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio de para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética).

CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Resultados de aprendizaje relacionados con las competencias básicas

- Comprender la información recibida y ser capaz de identificar los aspectos relevantes de la misma.
- Comprender y elaborar documentos y discursos correctamente en español.
- Aplicar técnicas para la resolución de problemas relacionados con la actividad profesional.
- Elegir entre diversas alternativas partiendo del análisis de la información disponible.
- Conocer y poner en práctica el modo y la dinámica de trabajar en equipo con un comportamiento serio y profesional.
- Valorar la información recibida y ser capaz de obtener conclusiones.
- Mostrar un comportamiento respetuoso con los valores de una sociedad democrática.
- Realización de ejercicios de manera autónoma, utilizando los conocimientos adquiridos
- Adaptación a las diferentes situaciones de comunicación e interacción
- Capacitar para encontrar innovar y aportar soluciones imaginativas a los problemas que se presenten.
- Capacitar para mostrar iniciativa a la hora de poner en marcha nuevos proyectos.
- Comprender la importancia de la calidad como principio que debe guiar la actividad profesional.

Específicas.

Competencias específicas de conocimiento

- E8 Analizar sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.
- E10 Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
- E11 Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas.
- E12 Manejar técnicas de comunicación.

(TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.

E20 Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas.

E26 Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.

Resultados de aprendizaje relacionados con las competencias específicas

- Comprender la situación patrimonial (económico-financiera) y los resultados derivados de la gestión de las empresas turísticas, así como comprender cómo se elabora dicha información.
- Conocer y comprender los principales conceptos económicos-financieros que afectan a la empresa turística, así como las herramientas que hay que utilizar para desarrollar una adecuada gestión de sus recursos financieros y tener capacidad para tomar decisiones en dicho ámbito.
- Saber definir los objetivos comerciales de la empresa, desarrollar y tomar decisiones sobre las estrategias comerciales y establecer unas adecuadas políticas comerciales.
- Conocer y ser capaz de aplicar a las empresas y organizaciones turísticas los principios básicos de dirección y gestión así como los distintos modelos de estructura organizativa que puedan adoptar.
- Adquirir habilidades comunicativas orientadas hacia el ámbito interno y externo de las organizaciones turísticas.
- Conocer la normativa vigente que afecta a los distintos tipos de empresas turísticas y se deberá ser capaz de planificar y desarrollar la actividad de acuerdo con la normativa reguladora.
- Conocer las TIC como herramientas esenciales en la gestión, promoción y comercialización de las empresas e instituciones del sector turístico, tanto a nivel interno como externo.
- Desarrollar aptitudes y sensibilidad para comprender costumbres y ámbitos culturales diferentes tanto en países extranjeros como en el propio.
- Capacitar para descubrir, o reconocer necesidades de planificación, mantenimiento y renovación de infraestructuras e instalaciones debido a causas diversas.

Generales

G1 Comunicación oral y escrita en español

G2 Trabajo en equipo

G3 Compromiso ético

G4 Adaptación a nuevas situaciones

G5 Creatividad

G6 Iniciativa y espíritu emprendedor

G7 Motivación por la calidad

G8 Trabajar en medios socioculturales diferentes

7.- Metodologías docentes

Describir las metodologías docente de enseñanza-aprendizaje que se van a utilizar, tomando como referencia el catálogo adjunto.

Actividades introductorias

Sesiones magistrales

Debates (discusión de casos de empresas incluidos en las prácticas en aula)

Trabajos (se planteará la realización de un proyecto de dirección estratégica completo individual o por grupos)

Estudio de Casos de empresas (prácticas preparadas previamente por los estudiantes y discutidos en clase)

Pruebas objetivas

Tutorías

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales	14		28	42
Prácticas	- En aula	21	42	63
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización			
Seminarios				
Exposiciones y debates				
Tutorías	1		13	14
Actividades de seguimiento online		2		
Preparación de trabajos				
Otras actividades (detallar)				
Exámenes	3		27	30
TOTAL	38	2	110	150

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

BIBLIOGRAFIA BASICA

Grant, R. M. (2006): *Dirección estratégica: Conceptos, técnicas y aplicaciones*, 2ª ed. Cívitas, Madrid.

Navas López, J.L. y L. A. Guerras Martín (2007): *Dirección Estratégica de la empresa. Teoría y Aplicaciones*, Cívitas, 4ª ed., Madrid.

BIBLOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Fernández, E. (2005): *Dirección Estratégica de la Empresa. Fundamentos y puesta en práctica*, Delta Publicaciones, Madrid.

Hill, Ch. y Jones (2005): *Administración estratégica . Un enfoque integrado*. McGraw Hill, 6ª ed., México.

Hitt, M.a.; Ireland, D. y Hoskisson, R.E. (1999): *Administración Estratégica. Conceptos, Competitividad y Globalización*, Thomson Paraninfo, Madrid.

Johnson, G. y Scholes, K. y Whittington, R. (2006): *Dirección Estratégica*, Prentice Hall, 7ª ed., Madrid.

Ventura Victoria, J. (2008): *Análisis estratégico de la empresa*, Paraninfo, Madrid.

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

Se recomienda la consulta de la página web del manual recomendado:

<http://www.guerrasynavas.com/>

10.- Evaluación

Las pruebas de evaluación que se diseñen deben evaluar si se han adquirido las competencias descritas, por ello, es recomendable que al describir las pruebas se indiquen las competencias y resultados de aprendizaje que se evalúan.

Consideraciones Generales

El sistema de evaluación es continuo, por lo que se valorará tanto el trabajo continuado del alumno a lo largo del semestre como la prueba final de la asignatura. También se valorará una asistencia continuada a clase

Se evaluará la adquisición de competencias específicas mediante una prueba al término del semestre.

Se valorará la capacidad de comunicación interpersonal y el grado de participación del alumno en las sesiones de prácticas en el aula, así como sus destrezas y habilidades en el desarrollo, resolución y discusión de los casos prácticos de los diferentes temas aplicados a diversas empresas

A través de la evaluación del proyecto de dirección estratégica de una

determinada empresa realizado por los estudiantes en grupo, se evaluarán las competencias perseguidas y trabajadas en la asignatura.

Criterios de evaluación

Concepto de evaluación	Alumnos presenciales		Alumnos no presenciales (Deben solicitarlo)		Convocatoria extraordinaria
	Prueba	Peso	Prueba		
Prueba final	Examen	60%	Examen	60 %	Examen
Participación e interacción con el grupo.	Asistencia al menos al 80% de las sesiones + Actividades en aula y on-line.	5 %			Una actividad específica no presencial
Evaluación continua	Trabajos o prácticas propuestas por el profesor	35%	Trabajos o practicas propuestas por el profesor	40%	Igual que para la convocatoria ordinaria según tipo de presencialidad

Instrumentos de evaluación

Tal y como ya se ha señalado anteriormente, el proceso de evaluación se llevará a cabo teniendo en cuenta el trabajo realizado por el alumno a lo largo de toda la asignatura (2º semestre de 3º curso, 4.5 ECTS), el nivel alcanzado en las competencias descritas y el logro de los objetivos propuestos.

En este sentido, los instrumentos de evaluación que empleará el docente son:

- Examen Escrito.
- Participación Activa en el Aula .
- Trabajos Prácticos (entregados y/o expuestos) .
- Tutorías personalizadas (en grupo, pero adaptadas a las necesidades del alumnado asistente).

Como es lógico, la necesidad de adaptación constante del profesor a las necesidades del alumno, exigen la posibilidad de que estos instrumentos de evaluación puedan sufrir pequeñas variaciones en función de la dinámica del grupo, su interés, participación y número.

Recomendaciones para la evaluación.

Efectuar un seguimiento continuo de la asignatura, participando en todas las actividades teóricas y prácticas programadas, mediante un trabajo diario por parte del alumno. Por tanto, resulta muy recomendable una continua asistencia a clase.

Recomendaciones para la recuperación.

Sólo será recuperable la prueba final de la asignatura, que tiene un peso del 60 % en el total de la calificación de la asignatura.

PLANIFICACIÓN DE ITINERARIOS Y DESTINOS CULTURALES**1.- Datos de la Asignatura**

Código	107515	Plan	2010	ECTS	4,5
Carácter	Obligatoria	Curso	3º	Periodicidad	semestral
Área	Historia del arte				
Departamento	Historia del Arte/BBAA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium. Campus virtual de la Universidad de Salamanca			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Mª Isabel López Fernández	Grupo / s	1
Departamento	Historia del Arte/Bellas Artes		
Área	Historia del Arte		
Centro	Escuela de Educación y Turismo		
Despacho	Nº 73, PLANTA 2ª		
Horario de tutorías	Se determinaran al inicio del curso		
URL Web			
E-mail	isalopez@usal.es	Teléfono	920353600. Ext. 3877

Repetir análogamente para otros profesores implicados en la docencia

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
Esta asignatura es una obligatoria de Mención Gestión y Planificación del Turismo
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
En esta asignatura se establecen las pautas, criterios y metodología para la programación y diseños de itinerarios culturales que en los últimos años han experimentado un gran desarrollo, tanto en el campo del turismo cultural como en el patrimonial. Los itinerarios culturales juegan un papel esencial en la creación de nuevos productos turísticos, ya que se considera que pueden ser un instrumento idóneo para el desarrollo del turismo sostenible, la puesta en valor de recursos patrimoniales, para la conservación y difusión del patrimonio. Por otra parte desde la Unión

Europea se entiende que pueden ser un elemento esencial para la construcción de la identidad de los europeos y desde la UNESCO y la OMT se promueven como un elemento para lograr una cultura de la paz. En esta asignatura se analizan los itinerarios culturales y turístico culturales, se introduce al alumno en el diseño de itinerarios turísticos culturales

No menos importante es analizar y valorar los principales destinos culturales teniendo en cuenta algunas cuestiones destacadas den relación con su gestión, la visita guiada, etc.

Perfil profesional.

El conocimiento de esta materia busca la capacitación de los titulados en Turismo dentro de los ámbitos de la planificación y gestión pública de destinos, de productos y actividades turísticas, formación, investigación y consultoría, especialmente aquellos que están relacionados con la gestión, promoción y difusión del patrimonio cultural

3.- Recomendaciones previas

Los alumnos deberán cumplimentar las fichas de prácticas de la asignatura, siempre con una fotografía actualizada y adecuada.

Su entrega será imprescindible para la realización de las actividades de evaluación continua así como la realización de los exámenes. Deberán introducir sus datos en el perfil de alumnos de studium, con la misma fotografía.

Los alumnos deberán acudir a los exámenes provistos de documento acreditativo de su identidad (carnet universitario, DNI, pasaporte).

Se utilizará Studium como mecanismo de comunicación entre alumno-profesor y para colgar los materiales, tareas y ejercicios de evaluación.

Se recomienda a los estudiantes un seguimiento diario de la asignatura de acuerdo con la planificación establecida y teniendo en cuenta la programación del resto de las materias que componen el bloque cada semestre. Esta forma de proceder reducirá el tiempo de aprendizaje y dominio de la asignatura, permitiendo desarrollar con mayor facilidad y eficacia las tareas y ejercicios de la misma.

Se recomienda a los alumnos que acudan a las tutorías establecidas por el profesor para resolver cualquier duda que a lo largo del semestre puedan surgir, estas tutorías son independientes de las marcadas por la programación.

Es conveniente, aunque no imprescindible, haber cursado las asignaturas de Patrimonio Cultural y Recursos Artísticos y patrimoniales del mismo área de

4.- Objetivos de la asignatura

Pueden establecerse dos tipos de objetivos, generales y específicos

Objetivos generales:

Proporcionar los conocimientos necesarios para la programación y diseño de itinerarios culturales

Verificar la estrecha relación entre Patrimonio y Turismo cultural.

Valorar el patrimonio como recurso turístico

Analizar los riesgos del turismo cultural

Comprender que el patrimonio es un recurso no renovable

Adquirir los conocimientos, habilidades y recursos básicos necesarios para el diseño de los itinerarios culturales

Comprender la importancia de la planificación en los proyectos de rutas culturales

Entender la importancia que para el desarrollo del turismo cultural tienen los itinerarios culturales y la importancia de aplicar criterios científicos y de calidad en su trazado.

Objetivos específicos:

Conocer los recursos patrimoniales y su aplicación en el turismo

Valorar la importancia de la visita guiada
 Conocer y valorar las grandes rutas en el ámbito español
 Conocer las políticas de la Unión Europea, la UNESCO y la OMT sobre los itinerarios culturales
 Diferenciar los conceptos de itinerarios culturales y los turísticos culturales
 Conocer, valorar y analizar proyectos de itinerarios culturales

5.- Contenidos

La importancia del patrimonio y establecer sus relaciones con el turismo, campo en el que nuestros alumnos van a desarrollar su labor profesional, debe ser uno de los objetivos prioritarios de su formación. Esto implica hablar de investigación, de inventario, de intervención, de protección y conservación, de interpretación, de centros históricos, de objetos materiales e inmateriales, de bienes muebles e inmuebles, de documentos y fondos bibliográficos, de fiestas y tradiciones, de música y del paisaje en el que se encuentra.

La distribución del número de horas asignado a cada tema es orientativo, podrá sufrir algún tipo de modificación a lo largo de semestre en función de las distintas circunstancias que puedan plantearse.

Temario	Horas presenciales teóricas	Horas presenciales prácticas
Tema 1. Concepto de itinerario cultural y de itinerario turístico cultural.	• 1 hora	• 1 hora
Tema 2. Recursos para el diseño y programación de Itinerarios Culturales y turístico culturales	• 2 horas	• 1 horas
Tema 3. Metodología para el diseño de itinerarios	• 2 horas	• 2 horas
Tema 4. Turismo Cultural e itinerarios culturales	• 2 horas	• 1 horas
Tema 5. El turismo Religioso y las peregrinaciones	• 2 horas	• 1 horas
Tema 6. Itinerarios Culturales del Consejo de Europa	• 2 horas	• 1 horas
Tema 7. Itinerarios y rutas Culturales en España	• 2 horas	• 2 horas
Tema 8. Principales destinos culturales del Mundo	• 3 horas	• 3 horas
Tema 9. Principales destinos culturales de España	• 2 horas	• 3 horas

Exámenes oficiales de la asignatura	• 2 horas	
Tutorías	• 6 horas	
TOTAL	• 45 horas presenciales	

El tema de las prácticas se propondrá al inicio del curso.

Se realizarán, una en grupo, que consistirá en el **Diseño y planificación de un itinerario cultural** y otra de forma individual, que se centrará en **el estudio y análisis de un Destino Cultural**.

Será obligatoria la presentación en el aula de la realizada en grupo y su contenido será objeto de examen

6.- Competencias a adquirir

El estudiante del Grado de turismo debe tener en cuenta que su objetivo final es el desempeño de cargos medios y directores de operaciones en empresas turísticas privadas o del sector público. Por tanto la adquisición de una serie de competencias, que en definitiva no son más que una combinación de conocimientos, habilidades y valores son las que conseguirán que pueda afrontar con ciertas garantías de éxito el desarrollo normal de su actividad laboral. En relación con esta asignatura debe adquirir las competencias necesarias para la programación de itinerarios culturales y el análisis y evaluación de los principales destinos culturales.

Básicas/Generales.

Específicas.

CE22 Comprender las características y las principales iniciativas de la gestión del patrimonio cultural en relación con el turismo.

CE23 Analizar los impactos generados por el turismo.

CE24 Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación y su aplicación al turismo, al ocio y la cultura.

CE25 Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural y natural

Básicas/Generales

CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio de para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

COMPETENCIAS GENERALES (CG)

CG1 Comunicación oral y escrita en español

CG2 Trabajo en equipo

CG3 Compromiso ético

CG4 Adaptación a nuevas situaciones

CG5 Creatividad

CG6 Iniciativa y espíritu emprendedor

CG7	Motivación por la calidad
CG8	Trabajar en medios socioculturales diferentes

7.- Metodologías docentes

Para obtener los objetivos de la asignatura y para que los alumnos/as logren las competencias indicadas se emplearán diversas metodologías, siendo esenciales las siguientes:

Las clases presenciales de carácter obligatorio tienen como objetivo esencial la explicación de los contenidos fundamentales del tema de estudio y con ellas se pretende proporcionar al estudiante las herramientas e instrumentos necesarios para su aprendizaje de forma autónoma.

Número de horas aproximado: 24 horas

Clases prácticas y salidas de campo, en las que los alumnos deberán exponer, analizar y debatir distintas tareas y actividades propuestas, especialmente relacionadas con el diseño de itinerarios.

Número de horas aproximado: 28 horas

Tutorías

Se establecen dos tipos de tutorías:

1. **Tutorías con carácter obligatorio**, programadas en las semanas 6 y 15 de cada semestre, en las que se resolverán cuestiones generales en relación con la materia, contempladas en la planificación horaria del curso.
2. **Tutorías con carácter voluntario** cuyo objetivo es proporcionar a los alumnos un sistema que facilite la comprensión, tanto de los conocimientos teóricos como prácticos, se ha considerado necesario incluir un apoyo personalizado del profesor para cada alumno, Número de horas aproximado: 6 horas semanales, cuyo horario se facilitara al comienzo del semestre

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		21		30	51
Prácticas	- En aula	4		10	14
	- En el laboratorio				
	- En aula de informática				
	- De campo	12		6	18
	- De visualización (visu)				
Seminarios					
Exposiciones y debates					
Tutorías		6		1,5	7,5
Actividades de seguimiento online					
Preparación de trabajos				20	20
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		2			2
TOTAL		45		67,5	112,5
9.- Recursos					

Libros de consulta para el alumno

AA.VV.: *Actas del Congreso Europeo sobre Itinerarios Culturales y Rutas temáticas*, Logroño, Fundación Caja Rioja, 1998

AA.VV.: *Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España*. Urbanismo y Patrimonio Histórico. Madrid, Ministerio de Cultura y Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, 2001

AA.VV.: *Patrimonio Cultural y Sociedad: una relación interactiva*, Valladolid, Consejería de Educación y Cultura de la Junta de Castilla y León, 1998.

AA.VV.: *Proyecto Trashumancia. Turismo Cultural. Análisis y metodología de producción*. Logroño, Caja Rioja, 1998

AA.VV.: *Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza*, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000.

AA.VV.: *Turismo urbano y patrimonio cultural: una perspectiva europea*, Sevilla, Diputación Provincial, 1998.

AA.VV.: *La cultura como elemento de unión en Europa. Rutas Culturales activa*. Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2003 (ed. Jesús Parrado del Olmo)

AA.VV.: *El patrimonio intangible y otros aspectos relativos a los itinerarios culturales*. Gobierno de Navarra, Pamplona, 2003

AA.VV. : *Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza*, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000, págs. 247-259.

BONET, L., CASTAÑER, X. y FONT, J. (ed.): *Gestión de proyectos culturales: análisis de casos*, Barcelona, Ariel, 2001.

BORG, J. van: "Turismo y ciudades con arte", *Estudios Turísticos*, nº 126, 1995, págs. 79-90.

BOTE GÓMEZ, V. (et al): *Los viajes combinados de turismo cultural con destino España en los principales países emisores europeos*. Alcalá de Henares, E.U de Turismo, 2000

CASTRO MORALES, F. y BELLIDO GANT, M.L. (eds.): *Patrimonio, museos y turismo cultural: claves para la gestión de un nuevo concepto de ocio*, Córdoba, Universidad de Córdoba, 1998.

CAYER, M. et alt.: *Interprétation du patrimoine*, Québec, Office de la Langue Française, 1984.

CEBRIÁN ABELLÁN, A (Coord) :. *Turismo Cultural y desarrollo sostenible: Análisis de Áreas patrimoniales*, Murcia, Universidad de Murcia, 2001

CLIFFORD, J.: *Itinerarios transculturales*, Barcelona, Gedisa, 1999
 CORCHERO, M.: *Las oficinas de turismo*, Thomson Aranzadi, 2007
 CHAMORRO, V.: "Itinerarios Culturales en la Alhambra. Calidad de la visita pública", comunicación presentada al I Congreso Internacional de Itinerarios Culturales. Santiago de Compostela, Ministerio de Cultura, 2000
 CHOAY, F.: "Museo, ocio y consumo. Del templo del arte al supermercado cultural", en *Arquitectura Viva*, 38, 1994.
 GÓMEZ, J., y GONZÁLEZ-QUIJANO, C.: *Rutas e itinerarios turísticos en España*. Madrid, Síntesis, 1991
 ITB&BRADI SHIPMAN, M.: *Inventory of cultural Tourism Resources in the member states and Assessment of Methods used in Promote them*. Brussels: Comission of the European Communities, 1988
 LÓPEZ FERNÁNDEZ, MI. (2006) "Diseño y programación de Itinerarios Culturales" en PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico nº 60 Nov 2006 pp. 20-33
 MIRABELL IZARD, O.: *Gestión de las oficinas de turismo*, UOC, Barcelona, 2007
 ORTUÑO, M.: "Patrimonio Cultural y Turismo" comunicación presentada en la Universidad de Verano de El Escorial en 1998
 PÁEZ LÓPEZ, J.: "Las rutas culturales como creación cultural: el ejemplo de El Legado Andalus", en PICAZO, C.: *Asistencia y guía a grupos turísticos*. Madrid, Síntesis, 1996
 OMT: *Gestión de la saturación turística en sitios de interés cultural: Guía Práctica*. Madrid, 2004

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

Se facilitaran de forma detallada al inicio de cada tema

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

El sistema permite la evaluación de alumnos presenciales y no presenciales.

Los estudiantes que no puedan acudir con regularidad a las actividades presenciales deberán acogerse al sistema de previsto para estudiantes no presenciales. Estos estudiantes deberán presentar una solicitud motivada al principio de curso y el órgano correspondiente decidirá si pueden o no acogerse a esta modalidad.

SOLO si se asiste al menos al 80% de las clases el alumno puede acogerse al sistema de evaluación continua. De no asistir a este número mínimo de clases y no haberse acogido al sistema no presencial, no podrá examinarse en la convocatoria ordinaria, debiendo realizar las tareas previstas para el sistema no presencial y presentarlas en la convocatoria extraordinaria.

La evaluación de las competencias de la materia se basará en el trabajo continuo de todas las actividades programadas en la asignatura.

La evaluación comprenderá siempre y en todo caso:

- Conocimientos
- Habilidades
- Competencias.

Es decir, el alumno debe demostrar en la evaluación continua que se efectuará de la asignatura:

- Entender y comprender la diversidad de los recursos artísticos y patrimoniales
- La aplicación de los contenidos al contexto actual.
- Que tiene capacidad de análisis y síntesis, en los problemas planteados.
- Que realiza los ejercicios propuestos de una manera coherente y con la debida y necesaria

presentación.

- Participación en las actividades propuestas

Criterios de evaluación

En la prueba final de semestre el alumno debe demostrar la adquisición de los conocimientos teóricos y de las competencias específicas, la capacidad de análisis y de síntesis y la comunicación escrita.

En el trabajo desarrollado por el estudiante se valorará la capacidad de análisis y síntesis, la comunicación oral y escrita, el razonamiento crítico y el aprendizaje autónomo.

El plagio en los trabajos prácticos o el hecho de copiar en las pruebas escritas supondrá una calificación de cero puntos en la prueba de que se trate

Instrumentos de evaluación

Prueba final (examen teórico/práctico)
 Participación e interacción con el grupo (asistencia, actividades de aula)
 Evaluación continua (trabajos prácticos).

METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN					
Concepto de evaluación	Tipo de prueba a emplear	Alumnos presenciales		Alumnos no presenciales	
		Calificación	Mínimo a alcanzar para poder superar la materia	Calificación	Mínimo a alcanzar para poder superar la materia
Prueba final de semestre	Examen (Teórico-práctico)	40% (4 pts)	2 puntos	50% (5 pts)	2,5 pts
Evaluación continua	Trabajos prácticos	50% (5 pts)	2,5 pts	50 % (5 pts)	2,5 pts
Participación e interacción con el grupo	Actividades en aula y online	10% (1 pto)	0.8 pts	-	
	Total	100%	5	100%	5

- La valoración de la participación e interacción con el grupo presupone la asistencia al menos al 80% de las clases, más la realización de actividades en aula, participación en salidas de campo, tareas propuestas on line a través de la plataforma studium.
- Los trabajos prácticos, obligatorios e imprescindibles para poder presentarse al examen se especificaran al inicio de las actividades de la asignatura.

Convocatoria extraordinaria:

- Se mantiene el mismo esquema de evaluación para la convocatoria extraordinaria, es decir, para poder presentarse a la prueba de examen correspondiente a la misma, han de presentarse las prácticas obligatorias propuestas, manteniéndose los mismos criterios de mínimos y de peso en la calificación global

Recomendaciones para la evaluación.

El sistema de evaluación anteriormente descrito sigue la filosofía del “Proceso de Bolonia”, es decir se trata de un aprendizaje en el que el rol del alumno es principal y activo, y el profesor actúa como tutor, siguiendo un esquema de evaluación continua, participativa y acumulativa.

Por tanto, resulta absolutamente necesario con el fin de que se puedan adquirir las competencias

establecidas que la realización de los ejercicios, tareas y demás trabajos valorables sean presentados en tiempo y forma por los alumnos o grupos de alumnos, así como también el ajuste correcto dentro de la planificación establecida para el curso
--

Recomendaciones para la recuperación.
--

El estudiante que no haya obtenido el nivel mínimo podrá optar a una segunda prueba de recuperación, por lo que se recomienda que acuda a las tutorías establecidas por el profesor, para que de forma personalizada y analizando las circunstancias por las cuales no se ha superado la materia, pueda poner los mecanismos necesarios para obtener y adquirir las competencias exigidas.
--

DERECHO TRIBUTARIO**1.- Datos de la Asignatura**

Código	107516	Plan		ECTS	4'5
Carácter		Curso		Periodicidad	semestral
Área	Derecho Administrativo , Financiero y Procesal				
Departamento	Derecho Financiero y Tributario				
Plataforma Virtual	Plataforma:				
	URL de Acceso:				

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Pedro Agustín Serrano Gragorio	Grupo / s	
Departamento	Derecho Financiero y Tributario		
Área	Derecho Administrativo, Financiero y Procesal		
Centro	E.U. Educación y Turismo		
Despacho	22		
Horario de tutorías	Jueves de 18 a 20 H		
URL Web			
E-mail	pserrano@ayuntavila.com	Teléfono	650313850

Repetir análogamente para otros profesores implicados en la docencia

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia

Derecho Administrativo y Tributario

Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.

El Conocimiento de las bases teóricas sobre la que se asientan los principios esenciales del Derecho Tributario y la traslación a la realidad de los tributos concretos que inciden en la actividad turística.

Perfil profesional.

Empresario de sector turístico que controla la gestión y administración de su actividad .El profesional que dentro de una empresa tiene vinculación con la gestión económico-financiera de la misma.

3.- Recomendaciones previas

Asignaturas que se recomienda haber cursado

Derecho Administrativo.

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Ninguna en especial

Asignaturas que son continuación

Ninguna en este plan de estudios.

4.- Objetivos de la asignatura

El primer objetivo de la asignatura es que los alumnos/as entren en contacto con la terminología, las definiciones y conceptos básicos en materia de Derecho Tributario. Esto es lo que les permitirá en el momento de acudir a la práctica de los tributos concretos que inciden en el sector turístico , comprender , asimilar y aplicar al caso real cada una de las actuaciones que tiene como consecuencia la aplicación de los mismos.

La finalidad última es que su conocimiento y aplicación redunde en la mejor gestión y organización y ahorro de la empresa turística.

5.- Contenidos

El contenido lo dividimos en dos :

En una primera parte que comprende los Temas 1 a 6 , se estudia la Parte General y comprende el análisis de los conceptos generales necesarios para la comprensión de la asignatura, las definiciones esenciales, fuentes normativas , el tributo su concepto y elementos.

En la segunda “Tributos que inciden en el sector turístico” se estudian pormenorizadamente los tributos inherentes al Inicio, tráfico , beneficio y patrimonio de la empresa turística.

6.- Competencias a adquirir

Específicas.

E-4 y E-14

7.- Metodologías docentes

En cuanto a la metodología, haremos una división inicial : por un lado las clases en forma de seminario en la que tras el análisis del contenido de cada Tema pasaremos al planteamiento de cuestiones para aclarar conceptos y de ahí a la posibilidad de debate , aportación de experiencias profesionales propias de los alumnos (suponemos que la mayoría ya están en el mercado laboral) y conclusiones sobre el tema.

Por otro lado plantearemos supuestos prácticos (especial mente en la segunda parte del Temario ,Temas 7 a 10) para su examen fuera del horario de clases y resolución en las mismas, con puesta en común y discusión.

En esta parte , resolveremos en directo , vía internet , casos en las páginas del correspondientes Administraciones tributarias

Como complemento se presentarán trabajos por parte de los alumnos relacionados con la materia , con exposición de los mismos.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Actividades introductorias	21		21	42
Sesiones magistrales	33		24	36
Eventos científicos				
Prácticas	- En aula			
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Practicum				
Prácticas externas				
Seminarios				
Exposiciones				
Debates				
Tutorías	12			12
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos		10		10
Trabajos				
Resolución de problemas				
Estudio de casos				
Fosos de discusión				
Pruebas objetivas tipo test				
Pruebas objetivas de preguntas cortas	2		2	4
Pruebas de desarrollo				
Pruebas prácticas	2		2	4
Pruebas orales	2		2	4
TOTAL	72		51	123

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno
 Manual de Derecho Financiero y Tributario de Juan José Ferreiro Lapatza
 Manual de Derecho Tributario del Turismo. Emilio Cencerrado Millan

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

aeat.es

jcyl.es

avila.es

noticiasjuridicas.com

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

Examen final , resolución de casos prácticos y trabajos

Instrumentos y Criterios de evaluación

60 % nota del examen escrito

30 % trabajos presentados y casos prácticos

10% asistencia y participación activa en las clases-seminarios

METODOLOGIAS DE EVALUACION

Metodología

Tipo de prueba a emplear
calificación

Examen : 5 preguntas con dos cuestiones como máximo en cada una de ellas (mínimo de 5 para aprobar)

Trabajos puntuables de 1 a 10 , mínimo de 5 para considerarlos en la nota general.

Asistencia : 1 punto , mínimo asistencia 75 % de las horas

Total

100%

Observaciones (p.e. sobre exámenes especiales, adaptaciones, recuperación, etc.):

Las descritas anteriormente

Recomendaciones para la evaluación.

Presentarse con un mínimo de asistencia y trabajos.

Recomendaciones para la recuperación.

Presentarse con un mínimo de asistencia y trabajos.

11.- Organización docente semanal

SEMANA	Nº de horas Sesiones teóricas	Nº de horas Sesiones prácticas	Nº de horas Exposiciones y Seminarios	Nº de horas Tutorías Especializadas	Nº de horas Control de lecturas obligatorias	Evaluaciones presenciales/N o presenciales	Otras Actividades
1	3						
2	3						
3	3						
4	3			1			1
5	3	1		1			
6	3			1			
7	3			1			1
8	3			1			
9	3	1		1			1
10	3			1			
11	3			1			
12	3			1			
13	3	1		1			
14						2	
15							
16							
17							
18							

Mercados turísticos internacionales

1.- Datos de la Asignatura

Código	107518	Plan	2014	ECTS	3
Carácter	Optativa	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	ECONOMÍA APLICADA				
Departamento	ECONOMÍA APLICADA				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor	Rosa Mª Vicente García	Grupo / s	
Departamento	ECONOMÍA APLICADA		
Área	ECONOMÍA APLICADA		
Centro	Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila		
Despacho	73 (2ª planta)		
Horario de tutorías	Por determinar		
E-mail	rosamvicente@usal.es	Teléfono	920 35 36 00 (Ext.3877)

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
Mención de Gestión y Planificación del Turismo
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Pertenece a un bloque multidisciplinar en el cual los estudiantes cursan una formación que se considera básica y común para cualquier egresado que pretenda desarrollar su actividad profesional o empresarial en alguno de los ámbitos del sector turístico.
Perfil profesional.
Gestión y dirección de empresas turísticas
Gestión y planificación del turismo.

3.- Recomendaciones previas

Asignaturas que se recomienda haber cursado

Los conocimientos de economía impartidos en los primeros curso del grado en turismo son suficientes para cursar esta asignatura

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Sin recomendación al respecto

Asignaturas que son continuación

No existe ninguna asignatura que de forma estricta se pueda considerar continuación de esta.

Otras recomendaciones

Recomendaciones sobre conocimientos previos

Los estudiantes deben poseer una base matemática previa, que dominen conceptos básicos de turismo y teoría económica, herramientas informáticas, y fuentes de obtención de información, con el fin que les permita dominar correctamente los conceptos teóricos-prácticos que se abordan en esta asignatura.

Recomendaciones sobre el uso de los recursos electrónicos de la USAL

Es obligatorio el alta en Studium de los estudiantes en esta asignatura con la incorporación de una fotografía tamaño carnet antes del día uno de noviembre. Este requisito y la entrega de la ficha, que facilitarán los profesores, es imprescindible para la realización de las actividades de evaluación.

Se utilizará Studium como soporte docente y mecanismo preferente de comunicación entre el estudiante y el profesor. Para ello es imprescindible la activación y uso del correo institucional que la USAL facilita a todos los estudiantes.

Recomendaciones para el estudio

Se recomienda que el estudiante inicie con la apertura del curso, un estudio continuado de la asignatura de acuerdo al programa establecido. Esta forma de proceder reducirá el tiempo de aprendizaje y dominio de la asignatura, permitiendo desarrollar, con mayor facilidad y eficacia, las tareas y ejercicios de la misma.

Los materiales obligatorios para cada uno de los apartados de la asignatura estarán disponibles con tiempo suficiente por lo que se aconseja una revisión de los mismos con carácter previo a su impartición en el aula.

Recomendaciones sobre el control de asistencia y la evaluación continua

En las sesiones presenciales de carácter general se realizarán controles de asistencia periódicos. Habrá sesiones de asistencia obligatoria y en algunas de las sesiones prácticas se podrán realizar, sin previo aviso, actividades evaluables.

Al inicio de la asignatura se comunicarán, en clase y en Studium, las instrucciones al respecto, por lo que se recomienda al estudiante que las revise con detalle, con el fin de evitar problemas con la evaluación al final de la asignatura.

4.- Objetivos de la asignatura

La asignatura pretende introducir al alumno en los mercados turísticos internacionales. Se analizan las áreas económicas mundiales y el efecto en los mercados turísticos. Se analiza el papel del turismo como dinamizador de la economía en los países. Igualmente se estudia el papel, la importancia y características del turismo hacia países de menor renta fuera de los circuitos más habituales de turismo de masas.

5.- Contenidos

1. Introducción a la Economía mundial del turismo
2. Importancia económica del turismo
3. Los mercados turísticos en el mundo.
4. Áreas económicas mundiales y sus efectos en los mercados turísticos
5. Competitividad internacional de los destinos turísticos
6. Características del turismo en los países menos desarrollados
7. Importancia del turismo en los PMD
8. El desarrollo de actividades turísticas en países en desarrollo

6.- Competencias a adquirir

Específicas.

CE7, CE8, CE17, CE19, CE21, CE23, CE24, CE26

Básicas y Generales

CB2, CB3, CB4
CG1, CG2, CG3, CG4, CG7, CG8

7.- Metodologías

Con la finalidad de implantar un aprendizaje activo y duradero dentro de una evaluación continua de los estudiantes se seguirá la siguiente estrategia:

Clases presenciales con la totalidad de los estudiantes:

Con la antelación suficiente, el estudiante dispondrá de los materiales de estudio necesarios volcados en Studium o facilitados por el profesor con el fin de que pueda seguir de una forma correcta la exposición de las clases presenciales. Estas tendrán un contenido eminentemente práctico

Apoyo mediante tutorías:

En la programación de la asignatura se ha reservado un tiempo para la atención personalizada a los estudiantes.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		12			12
Prácticas	En aula	4		4	8
	En el laboratorio				
	En aula de informática	4		2	6
	De campo				
	De visualización (visu)				
Seminarios / Talleres					
Exposiciones y debates		2		2	4
Tutorías		4			4
Actividades de seguimiento online			5		5
Preparación de trabajos				12	12
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		4		20	24
TOTAL		30	5	40	75

9.- Recursos

Libros de consulta para el estudiante

Bibliografía básica:

- La bibliografía se facilitará por el profesor al comienzo del curso de studium de la asignatura

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

Otras referencias:

En cada uno de los temas de la asignatura o de las tareas previstas en la misma se facilitará al estudiante bibliografía complementaria para que pueda ampliar conocimientos teóricos y prácticos.

10.- Evaluación**Consideraciones Generales**

La evaluación comprenderá siempre y en todo caso:

- Conocimientos
- Habilidades
- Competencias.

Es decir, el estudiante debe demostrar en la evaluación continua que se efectuará de la asignatura:

- La aplicación de los contenidos a las situaciones reales del sector turístico.
- Que tiene capacidad de análisis y síntesis, en los problemas planteados.
- Que realiza los ejercicios propuestos de una manera coherente y con la debida y necesaria presentación.
- Que colabora proactivamente en las actividades de la asignatura.

Criterios de evaluación

Al ser un sistema de evaluación continua del estudiante, se valorarán tanto la realización de pruebas escritas, como la realización de trabajos prácticos, así como la participación y asistencia a las clases teóricas y prácticas programadas.

Instrumentos de evaluación

Para la materia de esta asignatura se ha definido los siguientes instrumentos de evaluación

- Una prueba final consistente en un trabajo de investigación que se entregará al final del trimestre, de carácter obligatorio. Esta prueba supone el 40% de la calificación final.

El trabajo desarrollado por el estudiante a lo largo del periodo lectivo se evaluará a través de tres apartados con los siguientes pesos y características:

- 15% Tareas, casos prácticos y ejercicios propuestos (individuales y en grupo).
- 35% Controles periódicos de conocimientos.
- 10% Participación del estudiante, asistencia, debates, presentaciones, seminarios, etc.

Los estudiantes que cursen estudios a tiempo parcial, o que tengan algún impedimento para asistir de forma continuada a clase (deberá solicitarse al profesor y justificarse documentalmente), tendrán pruebas similares con la salvedad de que no será aplicable el requisito de asistencia a clase y de que las actividades obligatorias serán siempre individuales.

El desarrollo de las metodologías de evaluación anteriores queda resumido de la siguiente forma:

Concepto de evaluación	Peso	Estudiantes presenciales	Estudiantes no presenciales	Convocatoria extraordinaria
Prueba final	40 %	Trabajo de investigación	Trabajo de investigación	Trabajo de investigación
Participación e interacción con el grupo.	10 %	Asistencia al menos al 80% de las sesiones + Actividades en aula y on-line.	Actividades individuales no presenciales.	Una práctica específica no presencial.
Evaluación continua	15%	Trabajos prácticos individuales o en grupo que pueden exigir presencialidad	Trabajos prácticos individuales que no exijan presencialidad.	Igual que para la convocatoria ordinaria
	35%	Control intermedio de conocimientos eliminatorio.	Control intermedio de conocimientos eliminatorio	Prueba escrita de tipo teórico y práctico

Normas adicionales para la evaluación:

1. Al puesto donde se desarrollen las pruebas solo se podrá acceder con los útiles básicos de escritura para las mismas. Salvo indicación del profesor, en las pruebas escritas queda totalmente prohibido el uso de teléfonos móviles y otros aparatos electrónicos que deberán permanecer apagados durante la celebración de las mismas.
2. El plagio en los trabajos prácticos o el hecho de copiar en las pruebas escritas supondrá una calificación de cero puntos en la prueba de que se trate.
3. A las pruebas escritas se deberá acudir provisto del carnet universitario o de otro documento oficial que acredite la identidad del estudiante. Se podrá impedir el acceso a los pruebas a los estudiantes que no se identifiquen.
4. Resulta necesario obtener un 30% de la nota correspondiente a cada parte para superar la asignatura.
5. Excepto los admitidos en el sistema de evaluación no presencial los estudiantes deberán acudir al menos al 80% de las sesiones programadas de la asignatura para obtener el máximo de la nota en el apartado de asistencia y participación.
6. Salvo indicación en contrario por parte del profesor todos los trabajos prácticos se entregarán en formato digital haciendo uso de la plataforma Studium dentro de los plazos previstos. Los trabajos entregados por otro sistema o fuera de plazo no serán admitidos.
7. Las calificaciones finales en la asignatura seguirán la escala establecida por la normativa de la Universidad de Salamanca. Se calificará como "No presentado" o "Sin calificar" a los estudiantes que no se presenten a ninguna de las pruebas correspondientes alguno de los apartados.

Recomendaciones para la evaluación.

El sistema de evaluación sigue los principios del EEES, es decir se trata de un aprendizaje en el que el rol del estudiante es principal y activo, y el profesor actúa como tutor, siguiendo un esquema de evaluación continua, participativa y acumulativa.

Por tanto, resulta absolutamente necesario con el fin de que se puedan adquirir las competencias establecidas que la realización de los ejercicios, tareas y demás trabajos valorables sean presentados en tiempo y forma por los estudiantes o grupos de estudiantes, así como también el ajuste correcto dentro de la planificación establecida para el curso.

Recomendaciones para la recuperación.

Se recomienda a los estudiantes que en el caso de que no superen alguna(s) prueba(s) práctica, procuren recuperar la(s) misma(s) a lo largo del periodo lectivo, si existe esa posibilidad.

LA INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO Y EL TURISMO CULTURAL

1.- Datos de la Asignatura

Código	107519	Plan	2010	ECTS	3
Carácter	OPTATIVA	Curso	4º	Periodicidad	SEMESTRAL
Área	HISTORIA DEL ARTE				
Departamento	HISTORIA DEL ARTE/BELLAS ARTES				
Plataforma Virtual	Plataforma:				
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Mª Isabel López Fernández	Grupo / s	Todos
Departamento	Historia del Arte/Bellas Artes		
Área	Historia del Arte		
Centro	E.U. de Educación y Turismo		
Despacho	Profesores de Turismo. 2ª Planta		
Horario de tutorías	Por determinar		
URL Web			
E-mail	isalopez@usal.es	Teléfono	920353600. Ext. 3877

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia

Esta materia pertenece al Módulo VI, es una optativa de la Mención de Gestión y planificación del turismo.

Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.

El carácter de la asignatura es optativa. Es una asignatura centrada en reforzar los conocimientos adquiridos en los módulos anteriores en relación con la gestión, difusión y promoción del patrimonio y su vinculación con el turismo cultural. Se pretende que el estudiante adquiera las competencias específicas de los Graduados en Turismo en materia de Patrimonio Cultural y el turismo cultural

Perfil profesional.
El conocimiento de esta materia busca la capacitación de los Graduados en Turismo dentro de los ámbitos de la planificación y gestión pública de destinos, de productos y actividades turísticas, formación, investigación y consultoría, especialmente aquellos que están relacionados con la gestión, promoción y difusión del patrimonio cultural

3.- Recomendaciones previas

Asignaturas que se recomienda haber cursado
Patrimonio Cultural, Recursos Patrimoniales y artísticos, Diseño y planificación de itinerarios y destinos culturales
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
No hay ninguna recomendación especial en este sentido
Asignaturas que son continuación
Al ser una asignatura del cuarto curso no procede.

4.- Objetivos de la asignatura

El principal objetivo es conseguir que los Graduados en Turismo sean capaces de analizar un bien cultural en la doble dirección del conocimiento e interpretación de sus características y su significado de un lado y su salvaguarda de otro y por ello se marca como uno de los objetivos prioritarios entender la interpretación como uno de los medios prioritarios para la difusión del patrimonio.

Concienciar al alumno de la importancia de la difusión y promoción del patrimonio dentro del sector del turismo y comprender la importancia que para el patrimonio tiene una adecuada difusión del mismo y que ésta debe estar basada en el respeto hacia los Bienes culturales

Otro de los objetivos es que los estudiantes tomen conciencia de la importancia que tienen el rigor científico y la investigación en los proyectos de turismo cultural y en la interpretación del patrimonio.

Adquirir los conocimientos, habilidades y recursos básicos necesarios para acometer funciones de gestión del patrimonio, puesta en valor y comunicación del patrimonio. Identificar e interpretar las distintas manifestaciones artísticas y culturales que forman parte del Patrimonio Cultural, comprendiendo que son el producto cultural de una sociedad determinada, con unos usos y funciones específicas distintas a la sociedad actual, y que por ello no tienen que ser coincidentes.

Además de los señalados se marcan los siguientes:

Objetivos generales

Verificar la estrecha relación entre Patrimonio y Turismo cultural.

Valorar el patrimonio como recurso turístico

Comprender la importancia de la difusión del patrimonio dentro del sector turístico.

Comprender y valorar la importancia de los medios y estrategias de comunicación

Comprender que el patrimonio es un recurso no renovable

Adquirir los conocimientos, habilidades y recursos básicos necesarios para la gestión cultural y turística y su difusión

Objetivos específicos:

Conocer la disciplina de la Interpretación

Introducir al alumno en la planificación interpretativa

Conocer y evaluar los espacios para la presentación del patrimonio

Valorar las publicaciones sobre patrimonio y turismo

Conocer las actuaciones de las distintas administraciones públicas e instituciones privadas en materia de promoción y difusión cultural.

5.- Contenidos

Solo se incluyen los contenidos esenciales, de proporcionará un programa más detallado

Temario	Horas presenciales teóricas	Horas presenciales prácticas
Tema 1. Introducción a la interpretación del patrimonio	2 horas	1 horas
Tema 2. Historia de la interpretación	1 horas	1 horas
Tema 3. La planificación interpretativa	2 horas	2 horas
Tema 4. Medios interpretativos	1 horas	2 horas
Tema 5. Los espacios para la presentación del patrimonio.	1 horas	1 horas
Tema 6. Los museos y el turismo cultural	1 horas	1 horas
Tema 7. Patrimonio arqueológico y turismo	2 horas	1 horas
Tema 8. Patrimonio etnográfico y turismo	2 horas	1 horas
Exámenes oficiales de la asignatura	2 horas	
Tutorías	6 horas	
TOTAL	30 horas presenciales	

Las prácticas propuestas se especificaran al inicio del curso.

6.- Competencias a adquirir

El alumno de turismo debe tener en cuenta que su objetivo final es el desempeño de cargos medios y directores de operaciones en empresas turísticas privadas o del sector público, o bien ser capaz de comprender estos procesos en empresas propias. Por tanto la adquisición de una serie de competencias, que en definitiva no son más que una combinación de conocimientos, habilidades y valores son las que conseguirán que un graduado en turismo pueda afrontar con ciertas garantías de éxito el desarrollo normal de su actividad laboral, especialmente en la gestión de los recursos patrimoniales. Tras cursar esta asignatura los estudiantes deben ser capaces de interpretar la diversidad social y cultural, deberían conocer que instrumentos o elementos son necesarios para diseñar, difundir o evaluar un programa interpretativo.

Específicas.	
CE5	Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
CE12	Manejar técnicas de comunicación.
CE17	Identificar y gestionar espacios, destinos turísticos y de ocio de acuerdo con los principios de sostenibilidad.
CE22	Comprender las características y las principales iniciativas de la gestión del patrimonio cultural en relación con el turismo.
CE23	Analizar los impactos generados por el turismo.
CE24	Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación y su aplicación al turismo, al ocio y la cultura.
CE25	Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural y natural
Básicas/Generales.	
CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio.	
CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio de para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.	
CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.	
COMPETENCIAS GENERALES (CG)	
CG1	Comunicación oral y escrita en español
CG2	Trabajo en equipo
CG3	Compromiso ético
CG4	Adaptación a nuevas situaciones
CG5	Creatividad
CG6	Iniciativa y espíritu emprendedor
CG7	Motivación por la calidad
CG8	Trabajar en medios socioculturales diferentes

7.- Metodologías docentes

Para obtener los objetivos de la asignatura y para que los alumnos/as logren las competencias indicadas se emplearán diversas metodologías, siendo esenciales las siguientes:

Las clases presenciales de carácter obligatorio tienen como objetivo esencial la explicación de los contenidos fundamentales del tema de estudio y con ellas se pretende proporcionar al estudiante las herramientas e instrumentos necesarios para su aprendizaje de forma autónoma.

Número de horas aproximado: 25 horas

Clases prácticas, en las que los alumnos deberán exponer, analizar y debatir distintas tareas y actividades propuestas.

Número de horas aproximado: 25 horas

Tutorías

Para facilitar a los alumnos un sistema que facilite la comprensión, tanto de los conocimientos teóricos como prácticos, se ha considerado necesario incluir un apoyo personalizado del profesor para cada alumno, reglando unas horas tutorizadas.

Número de horas aproximado: 6 horas

--

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales	12		18	30
Prácticas	- En aula	5	5	10
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo	5	10	10
	- De visualización (visu)			
Seminarios				
Exposiciones y debates			2	2
Tutorías	6			6
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos			10	10
Otras actividades: prueba final de semestre	2			2
Exámenes				
TOTAL	30		45	75

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

(Se indican una serie de títulos básicos de carácter general, se proporcionará al alumno una bibliografía más detallada por temas)

- AA. VV.: *Función pedagógica de los museos*, Madrid, Ministerio de Cultura, 1980
 AA.VV.: *Difusión del patrimonio histórico*. Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. 1996
 AA.VV.: *Patrimonio etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Sevilla, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 1999
 AA.VV.: *Proyecto Trashumancia. Turismo Cultural. Análisis y metodología de producción*. Logroño, Caja Rioja, 1998
 AA.VV.: *Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza*, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000.
 AA.VV.: *Turismo urbano y patrimonio cultural: una perspectiva europea*, Sevilla, Diputación Provincial, 1998.
 AGUAROD, C.: *Aprender en el Museo. Método activo*, Zaragoza, 1980
 ASOCIACIÓN DE ARQUEOLOGÍA INDUSTRIAL.: *Patrimonio Industrial, lugares de la memoria: proyectos de reutilización en industrias culturales, turismo y museos*. Gijón. 2002
 BALLART, J., y JUAN I TRESERRAS, J.: *La gestión del patrimonio cultural*, Barcelona, Ariel, 2001
 BALLART, J.: *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*, Barcelona, Ariel, 1997.
 BALLART, J.: *Manual de Museos*, Síntesis, 2007
 BONET, L., CASTAÑER, X. y FONT, J. (ed.): *Gestión de proyectos culturales: análisis de casos*, Barcelona, Ariel, 2001
 BOTE GÓMEZ, V.: *Turismo en espacio rural: rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*, Madrid, Ed. Popular, 1988.
 BRUGUÉ, Q. Y GOMA, R. (1998) *Gobiernos locales y políticas públicas. Bienestar social, promoción económica y territorio*. Barcelona: Ariel, 1998
 CAMARERO IZQUIERDO, C. Y GARRIDO SAMANIEGO, M.J: *Marketing del patrimonio cultural*. Madrid, 2004, Pirámide
 CAMPILLO GARRIGÓS, R.: *La gestión y el gestor del Patrimonio Cultural*, Murcia, Editorial KR,

1998.

CASTRO MORALES, F. y BELLIDO GANT, M.L. (eds.): *Patrimonio, museos y turismo cultural: claves para la gestión de un nuevo concepto de ocio*, Córdoba, Universidad de Córdoba, 1998.

CHOAY, F.: "Museo, ocio y consumo. Del templo del arte al supermercado cultural", en *Arquitectura Viva*, 38, 1994.

COLBERT, F. Y CUADRADO, M.: *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona, Ariel, 2003

DÍEZ, R.: "El impacto turístico del Guggenheim Museum de Bilbao", en IGLESIAS GIL, J.M. (ed.): *Cursos sobre el Patrimonio Histórico 4*, Santander, Universidad de Cantabria-Ayto. de Reinosa, 2000, págs. 139-148.

FULLEA, F.: *Programación de la visita escolar a los museos*, Madrid, Ed. Escuela Española, 1987

GARCÍA BLANCO, A., ASENSIO BROUAR, M., POR MÉNDEZ, E.: "El público y la exposición. ¿Existen dificultades de comprensión?" en *Boletín del Museo Arqueológico Nacional*, vol X, Madrid, págs 93-106

GARCÍA BLANCO, A.: *Didáctica del museo. Descubrimiento de los objetos*, Madrid, Ed. La Torre, 1988.

GONZÁLEZ MÉNDEZ, M.: "El ocio y el reciclado: la conversión del vestigio arqueológico en producto de consumo" en *Boletín del Instituto del Patrimonio Andaluz*, nº 14. Sevilla, 1996, pag48

économique du patrimoine. La demande et l'offre des monuments, Paris, Anthropos, 1990.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F.: *Manual de Museología*. Madrid, Síntesis, 2001

HERRERO, L.C.: "Economía de la Cultura y el Ocio. Nuevas posibilidades para la Política Económica Regional", *Mercurio. Revista de Economía y Empresa*, nº 1, 1997, págs. 101-118.

KOTLER, N. Y KOTLER, P.: *Estrategias y marketing de museos*. Barcelona, Ariel, 2001

LORD, B. Y LORD, G.D.: *Manual de Gestión de museos*. Barcelona, Ariel, 1998

MARTÍN GUGLIELMINO, M.: "Reflexiones en torno a la difusión del Patrimonio Histórico", en *Difusión del Patrimonio Histórico*, Sevilla, IAPH, 1996, págs. 14-27.

MARTÍN GUGLIELMINO, M.: "Sobre el necesario vínculo entre el patrimonio y la sociedad. Reflexiones sobre la interpretación del patrimonio", en *I Congreso Iberoamericano del Patrimonio Cultural*, AEGPC-Ed. América Ibérica, 2001, págs. 433-442.

MARTÍN, M.: "Patrimonio y Sociedad. Interpretación y otras cuestiones en la planificación turística de las ciudades monumentales" en *Actas del Congreso Internacional sobre el Desarrollo Turístico integral de ciudades Monumentales*, Granada, 2002

MARTÍN, M.: "Reflexiones críticas sobre Patrimonio, Turismo y Desarrollo sostenible", *Boletín de Interpretación*, Asociación para la Interpretación del Patrimonio, nº 6, enero de 2002, págs. 4-6.

MONIN, C.: "El Museo del Louvre y el turismo: relaciones ambiguas", en AA.VV. : *Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza*, Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000, págs. 277- 290.

MORALES MIRANDA, J.: *Guía práctica para la interpretación del Patrimonio: el arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*, Sevilla, Empresa Pública de Gestión de Programas Culturales, 1998.

PEREZ-JUEZ GIL, A.: *Gestión del patrimonio industrial*. Barcelona, Ariel, 2006

PRATS, L.: *Antropología y patrimonio*, Barcelona, Ariel, 1997.

RAMOS LIZANA, M.: *El turismo Cultural, los museos y su planificación*. Gijón, Trea, 2007

REPAT, J. y MASEGOSA, J. J.: *Como visitar un museo*, Barcelona, CEAC, 1991.

RIVIÈRE, G.H.: *La museología*. Madrid. 1993.

SANTANA, A.: *Antropología y turismo: ¿nuevas bordas, viejas culturas?*, Barcelona, Ariel, 1997

TILDEN, F.: *La interpretación de nuestro patrimonio*. Sevilla. 2006 (1 ed en español)

VALDÉS PELÁEZ, L. y RUIZ VEGA, A.V.: *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*, Oviedo, Universidad de Oviedo, 1996

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

Se facilitarán al inicio de cada uno de los temas

www.unesco.org/culture/heritage

www.icomos.org

www.icom.org

<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/>
www.european-heritage.net
www.world-tourism.org
www.iet.tourspain.es

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

El sistema permite la evaluación de alumnos presenciales y no presenciales.

Los estudiantes que no puedan acudir con regularidad a las actividades presenciales deberán acogerse al sistema de previsto para estudiantes no presenciales. Estos estudiantes deberán presentar una solicitud motivada al principio de curso y el órgano correspondiente decidirá si pueden o no acogerse a esta modalidad.

SOLO si se asiste al menos al 80% de las clases el alumno puede acogerse al sistema de evaluación continua. De no asistir a este número mínimo de clases y no haberse acogido al sistema no presencial, no podrá examinarse en la convocatoria ordinaria, debiendo realizar las tareas previstas para el sistema no presencial y presentarlas en la convocatoria extraordinaria.

La evaluación de las competencias de la materia se basará en el trabajo continuo de todas las actividades programadas en la asignatura.

La evaluación comprenderá siempre y en todo caso:

- Conocimientos
- Habilidades
- Competencias.

Es decir, el alumno debe demostrar en la evaluación continua que se efectuará de la asignatura:

- Entender y comprender la diversidad de los recursos artísticos y patrimoniales
- La aplicación de los contenidos al contexto actual.
- Que tiene capacidad de análisis y síntesis, en los problemas planteados.
- Que realiza los ejercicios propuestos de una manera coherente y con la debida y necesaria presentación.
- Participación en las actividades propuestas

Criterios de evaluación

En la prueba final de semestre el alumno debe demostrar la adquisición de los conocimientos teóricos y de las competencias específicas, la capacidad de análisis y de síntesis y la comunicación escrita.

En el trabajo desarrollado por el estudiante se valorará la capacidad de análisis y síntesis, la comunicación oral y escrita, el razonamiento crítico y el aprendizaje autónomo.

El plagio en los trabajos prácticos o el hecho de copiar en las pruebas escritas supondrá una calificación de cero puntos en la prueba de que se trate

Instrumentos de evaluación

Prueba final (examen teórico/práctico)
 Participación e interacción con el grupo (asistencia, actividades de aula)
 Evaluación continua (trabajos prácticos).

METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN

Concepto de evaluación	Tipo de prueba a emplear	Alumnos presenciales		Alumnos no presenciales	
		Calificación	Mínimo a alcanzar para poder superar la materia	Calificación	Mínimo a alcanzar para poder superar la materia
Prueba final de semestre	Examen (Teórico-práctico)	40% (4 pts)	2 puntos	60% (5 pts)	2,5 pts
Evaluación continua	Trabajos prácticos	50% (5 pts)	2,5 pts	40 % (5 pts)	2,5 pts
Participación e interacción con el grupo	Actividades en aula y online	10% (1 pto)	0.8 pts	-	
	Total	100%	5	100%	5
<ul style="list-style-type: none"> La valoración de la participación e interacción con el grupo presupone la asistencia al menos al 80% de las clases, más la realización de actividades en aula, participación en salidas de campo, tareas propuestas on line a través de la plataforma studium. Los trabajos prácticos, obligatorios e imprescindibles para poder presentarse al examen se especificaran al inicio de las actividades de la asignatura. <p>Convocatoria extraordinaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> Se mantiene el mismo esquema de evaluación para la convocatoria extraordinaria, es decir, para poder presentarse a la prueba de examen correspondiente a la misma, han de presentarse las prácticas obligatorias propuestas, manteniéndose los mismos criterios de mínimos y de peso en la calificación global 					

<p>Recomendaciones para la evaluación.</p> <p>El sistema de evaluación anteriormente descrito sigue la filosofía del “Proceso de Bolonia”, es decir se trata de un aprendizaje en el que el rol del alumno es principal y activo, y el profesor actúa como tutor, siguiendo un esquema de evaluación continua, participativa y acumulativa.</p> <p>Por tanto, resulta absolutamente necesario con el fin de que se puedan adquirir las competencias establecidas que la realización de los ejercicios, tareas y demás trabajos valorables sean presentados en tiempo y forma por los alumnos o grupos de alumnos, así como también el ajuste correcto dentro de la planificación establecida para el curso</p>
<p>Recomendaciones para la recuperación.</p> <p>El estudiante que no haya obtenido el nivel mínimo podrá optar a una segunda prueba de recuperación, por lo que se recomienda que acuda a las tutorías establecidas por el profesor, para que de forma personalizada y analizando las circunstancias por las cuales no se ha superado la materia, pueda poner los mecanismos necesarios para obtener y adquirir las competencias exigidas.</p>

INNOVACIÓN Y CREACIÓN DE EMPRESAS

1.- Datos de la Asignatura

Código	107520	Plan	2014	ECTS	3
Carácter	OPTATIVA	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	Economía aplicada				
Departamento	Economía aplicada				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesora	Rosa Maria Vicente Garcia	Grupo / s	
Departamento	Economía Aplicada		
Área	Economía Aplicada		
Centro	Escuela Universitaria de Educación y Turismo		
Despacho	2ª Planta / Despacho 73		
Horario de tutorías	Jueves de 19 a 20 horas		
E-mail	rosamvicente@usal.es	Teléfono	920 353 600 ext. (3877)

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia

Mención de Gestión y Planificación del Turismo

Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.

Pertenece a un bloque multidisciplinar en el cual se imparte una formación imprescindible y común para cualquier egresado que pretenda desarrollar su actividad profesional o empresarial en alguno de los ámbitos del sector turístico.

Perfil profesional.

Gestión de empresas turísticas

Gestión y planificación del turismo

3.- Recomendaciones previas

Se utilizará Studium como soporte docente y mecanismo de comunicación entre estudiante-profesor. Por lo que dado el carácter de la asignatura es obligatorio e imprescindible el alta en Studium de los estudiantes en esta asignatura .

El conocimiento del inglés y la informática a nivel de usuario no son requisitos esenciales pero se consideran muy recomendables para la búsqueda de información y para la realización y exposición de los trabajos de esta asignatura.

4.- Objetivos de la asignatura

- Explicar los conceptos básicos relacionados con la innovación en las organizaciones.
- Conocer las estrategias de innovación en ámbitos competitivos.
- Identificar fortalezas y debilidades internas a las que dar respuesta mediante la innovación.
- Interpretar las tendencias que se están produciendo en el sector turístico en materia de innovación.
- Adquirir la capacidad para realizar una actividad de Investigación, Desarrollo e Innovación (I + D + I) en la empresa y la preparación de un Plan de Negocio en torno a las nuevas ideas desarrolladas.
- Ser capaz de adquirir el concepto globalizador de emprendedurismo innovador en el contexto socio-económico actual.
- Conocer los los conceptos claves sobre el emprendedor y la creación de empresas.
- Conocer el proceso de creación de empresas, desde el nacimiento de la idea hasta la puesta en marcha del proyecto empresarial.
- Comprender los pasos que se han de llevar a cabo para la realización de un plan de empresa.
- Identificar y evaluar nuevas oportunidades de negocio en el sector turístico.

5.- Contenidos

Bloque I

- Innovación
- Innovación en Turismo
- Fases proceso de innovación
- Competitividad e innovación

Bloque II

- La figura del emprendedor y la oportunidad de negocio.
- La decisión de crear una empresa.
- Elección de la forma jurídica.

- Factores de éxito y fracaso en la creación de empresas.
- El plan de empresa.
- Trámites administrativos para la constitución de empresas.
- Políticas públicas de fomento y ayuda a la creación de empresas.

6.- Competencias a adquirir

Básicas/Generales.

CB2, CB3, CB4
CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG7

Específicas.

CE5, CE7, CE9, CE10, CE11, CE12, CE17, CE19, CE20, CE26

7.- Metodologías docentes

Con la finalidad de implantar un aprendizaje activo y duradero dentro de una evaluación continua de los estudiantes se seguirá la siguiente estrategia:

Clases presenciales expositivas con la totalidad de los estudiantes:

Las sesiones expositivas sirven para facilitar el trabajo autónomo del estudiante con la exposición por parte del profesor de los aspectos más importantes de cada tema. Seguirán básicamente el siguiente esquema:

- Presentación breve de las cuestiones fundamentales del tema correspondiente.
- Análisis y explicación detallada de las cuestiones que por su relevancia o complejidad sean de especial dificultad para el alumnado.
- Resolución de las dudas y ampliación de contenidos propuestas por los estudiantes.

Con la antelación suficiente, el estudiante dispondrá de los materiales de estudio necesarios volcados en Studium con el fin de que pueda seguir de una forma correcta la exposición de las clases presenciales.

Clases prácticas:

Las clases prácticas tienen como fin la aplicación bajo la dirección del profesor de los contenidos de las asignaturas.

El estudiante deberá prepararse con la antelación suficiente las tareas programadas dentro del calendario previsto, siendo clave en estas sesiones no solamente la preparación ex-ante, sino también la participación activa (preguntas, exposiciones, críticas constructivas, etc.), bien de forma individual, bien en grupo.

Si el número de estudiantes matriculados en la asignatura es elevado parte de estas sesiones prácticas tendrán lugar en grupos reducidos. La distribución de los grupos y el horario de clase correspondiente a cada uno de ellos se establecerá al comienzo del curso.

Apoyo mediante tutorías:

En el horario del profesor se ha reservado un tiempo para la atención personalizada a los estudiantes. La asistencia a las tutorías es complementaria y no debe ser un sustituto de la asistencia a las sesiones teóricas y prácticas programadas.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

		Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
		Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales		12			12
Prácticas	En aula	4		4	8
	En el laboratorio				
	En aula de informática	4		2	6
	De campo				
	De visualización (visu)				
Seminarios / Talleres					
Exposiciones y debates		2		2	4
Tutorías		4			4
Actividades de seguimiento online			5		5
Preparación de trabajos				12	12
Otras actividades (detallar)					
Exámenes		4		20	24
TOTAL		30	5	40	75

9.- Recursos**Bibliografía de consulta para el alumno****Bloque I**

- Lopez Olivares, D (2009) *Innovación, Creatividad y modelos de gestión en turismo*. Tirant Lo Blanch
- Hall, C. M. y Williams A. M. (Ed.), (2008) *Tourism and innovation*. London ; New York : Routledge.
- Novell M. (2005). *Niche tourism*. Oxford. Elsevier.
- Yeoman, I. (2008). *Tomorrow's tourist : Scenarios and trends*. Amsterdam, Butterworth-Heinemann.
- Yeoman, I. (2012). In Yu R. L. (Ed.), *2050 :Tomorrow's tourism*. Bristol: Channel View,
- CALLEJÓN, M. (2001) *Economía industrial*, Ed. Civitas, Madrid, Cap. 4.
- CASTRO, E. Y FÉRNANDEZ, I. (2013) *El significado de innovar*. Catarata-CSIC, Madrid
- CLARKE, R. (1993) *Economía industrial*, Colegio de economistas de Madrid, Celeste Ediciones, Madrid.
- ESCORSA, P., & VALLS PASOLA, J. (1997). *Tecnología e innovación en la empresa: Dirección y gestión* (1a ed.). Barcelona: Upc.
- KLEIN, S.J. (1985) *Innovation is not a linear process*, Research Management, julio-agosto.
- MARQUIS, D. (1969) "The Anatomy of the Successful Innovations", Innovation, vol 1 nº 7, Novembre.
- ROSEGGER, G. (1980), *The Economics of Production and Innovation*, Pergamon Press, Oxford

Bloque II

Gómez Gras, J.M; Fuentes Fuentes M.M.; Batista Canino, R.M.; Hernandez Mogollón, R. (coordinadores). (2011). *Manual de casos sobre creación de empresas en España* Mc Graw-Hill

Priede Bergamini, T.; López-Cózar, C.; Benito Hernández, S. (2010) *Creación y desarrollo de empresas* Madrid Pirámide D.L.

Castro Abancéns, I.; Rufino Rus, J.I. (2010) *Creación de empresas para emprendedores* Madrid Pirámide D.L.

Veciana, J.M. (2005) *La creación de empresas. Un enfoque gerencial "La Caixa"* Servicio de Estudios Guía de Creación de Empresas. Agencia de Formación, Empleo y Desarrollo Local. Ayuntamiento de Ávila

Jarillo Mossi, J.C. (coordinador). (1996) *Curso Mc Graw-Hill de creación de empresas en 36 horas* Mc Graw-Hill

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

www.redpyme.net

www.emprendedores.es

www.infowebemprendedores.com

www.promocion.camaramadrid.es

www.circe.es

www.e-empresarias.net

www.aeat.es

www.empleo.gob.es/es/seg_soc/index.htm

www.invattur.org

www.segittur.es

www.madridnetwork.org

www.visitinnovation.com

En cada uno de los temas de la asignatura o de las tareas previstas en la misma se facilitará al estudiante bibliografía complementaria para que pueda ampliar conocimientos teóricos y prácticos.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

Al ser un sistema de evaluación continua del estudiante, se valorarán tanto la realización de pruebas escritas, como la realización de trabajos prácticos, así como la participación y asistencia a las clases teóricas y prácticas programadas. Dentro de los instrumentos de evaluación se recoge de forma pormenorizada el peso de cada una de las distintas pruebas a desarrollar con carácter obligatorio.

Criterios de evaluación

Los criterios específicos para cada prueba se detallarán en las mismas al comienzo del curso.

La evaluación comprenderá siempre y en todo caso:

- Conocimientos
- Habilidades
- Competencias.

Por ello el estudiante debe demostrar en la evaluación:

- Que conoce y comprende los conceptos los principios básicos del turismo.
- Que sabe aplicar esos conocimientos a las situaciones reales del sector turístico.
- Que tiene capacidad de análisis y síntesis, en los problemas planteados.
- Que realiza los ejercicios propuestos de una manera coherente y con la debida y necesaria presentación.
- Que colabora proactivamente en las actividades de la asignatura.

Instrumentos de evaluación

Para la materia de esta asignatura se ha definido los siguientes instrumentos de evaluación

Una prueba final consistente en un trabajo de investigación que se entregará al final del semestre de carácter obligatorio. Esta prueba supone el 40% de la calificación final.

El trabajo desarrollado por el estudiante a lo largo del periodo lectivo se evaluará a través de tres apartados con los siguientes pesos y características:

- 15% Tareas, casos prácticos y ejercicios propuestos (individuales y en grupo).
- 35% Controles periódicos de conocimientos.
- 10% Participación del estudiante, asistencia, debates, presentaciones, seminarios, etc.

Los estudiantes que cursen estudios a tiempo parcial, o que tengan algún impedimento para asistir de forma continuada a clase (deberá solicitarse al profesor y justificarse documentalmente), tendrán pruebas similares con la salvedad de que no será aplicable el requisito de asistencia a clase y de que las actividades obligatorias serán siempre individuales.

El desarrollo de las metodologías de evaluación anteriores queda resumido de la siguiente forma:

Concepto de evaluación	Peso	Estudiantes presenciales	Estudiantes no presenciales	Convocatoria extraordinaria
Prueba final	40 %	Trabajo de investigación	Trabajo de investigación	Trabajo de investigación
Participación e interacción con el grupo.	10 %	Asistencia al menos al 80% de las sesiones + Actividades en aula y on-line.	Actividades individuales no presenciales.	Una práctica específica no presencial.
Evaluación continua	15%	Trabajos prácticos individuales o en grupo que pueden exigir presencialidad	Trabajos prácticos individuales que no exijan presencialidad.	Igual que para la convocatoria ordinaria
	35%	Control intermedio de conocimientos eliminatorio.	Control intermedio de conocimientos eliminatorio	Prueba escrita de tipo teórico y práctico

Normas adicionales para la evaluación:

1. Al puesto donde se desarrollen las pruebas solo se podrá acceder con los útiles básicos de escritura para las mismas. Salvo indicación del profesor, en las pruebas escritas queda totalmente prohibido el uso de teléfonos móviles y otros aparatos electrónicos que deberán permanecer apagados durante la celebración de las mismas.
2. El plagio en los trabajos prácticos o el hecho de copiar en las pruebas escritas supondrá una calificación de cero puntos en la prueba de que se trate.
3. A las pruebas escritas se deberá acudir provisto del carnet universitario o de otro documento oficial que acredite la identidad del estudiante. Se podrá impedir el acceso a los pruebas a los estudiantes que no se identifiquen.
4. Resulta necesario obtener un 30% de la nota correspondiente a cada parte para superar la asignatura.
5. Excepto los admitidos en el sistema de evaluación no presencial los estudiantes deberán acudir al menos al 80% de las sesiones programadas de la asignatura para obtener el máximo

de la nota en el apartado de asistencia y participación.

6. Salvo indicación en contrario por parte del profesor todos los trabajos prácticos se entregarán en formato digital haciendo uso de la plataforma Studium dentro de los plazos previstos. Los trabajos entregados por otro sistema o fuera de plazo no serán admitidos.
7. Las calificaciones finales en la asignatura seguirán la escala establecida por la normativa de la Universidad de Salamanca. Se calificará como "No presentado" o "Sin calificar" a los estudiantes que no se presenten a ninguna de las pruebas correspondientes alguno de los apartados.

Recomendaciones para la evaluación.

El sistema de evaluación anteriormente descrito sigue los principios del EEES, es decir se trata de un aprendizaje en el que el rol del estudiante es principal y activo, y el profesor actúa como tutor, siguiendo un esquema de evaluación continua, participativa y acumulativa.

Por tanto, resulta absolutamente necesario con el fin de que se puedan adquirir las competencias establecidas que la realización de los ejercicios, tareas y demás trabajos valorables sean presentados en tiempo y forma por los estudiantes o grupos de estudiantes, así como también el ajuste correcto dentro de la planificación establecida para el curso.

Recomendaciones para la recuperación.

Se recomienda a los estudiantes que en el caso de que no superen alguna(s) prueba(s) práctica, procuren recuperar la(s) misma(s) a lo largo del periodo lectivo si existe esa posibilidad.

TURISMO DE NICHOS

1.- Datos de la Asignatura

Código	107521	Plan	Cód. 275 Grado en Turismo	ECTS	3
Carácter	Optativo	Curso	4º	Periodicidad	Semestral
Área	Comercialización e Investigación de mercados				
Departamento	Administración y Economía de la Empresa				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Milagros Fernández Herrero	Grupo / s	1
Departamento	Administración y Economía de la Empresa		
Área	Comercialización e Investigación de mercados		
Centro	E.U. de Educación y Turismo (Ávila)		
Despacho	79 (Administración y Economía de la Empresa)		
Horario de tutorías presenciales	Se fijarán al inicio del curso académico.		
E-mail	mfh@usal.es	Teléfono	920353600 ext. 3879

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia

Módulo 6. Mención de gestión y planificación del turismo.

Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.

Materia optativa de 3 créditos ECTS programados en el semestre7, curso 4º.

Perfil profesional.

Mención Gestión y planificación del turismo.

3.- Recomendaciones previas

Es aconsejable que el alumno haya superado previamente la materia de *Diseño de proyectos y productos turísticos*.

El conocimiento del inglés y la informática a nivel de usuario no son requisitos esenciales pero se consideran muy recomendables para la búsqueda de información y para la realización y exposición de los trabajos de esta asignatura.

Esta asignatura se ha definido como una asignatura *English Friendly* de nivel 4. Se pueden consultar los detalles sobre las asignaturas *English Friendly* en la guía del grado y en la página web de la titulación.

4.- Objetivos de la asignatura

- Conocer las particularidades geográficas, sociales, económicas, políticas, culturales y de recursos de los espacios y destinos turísticos para su promoción y desarrollo.
- Concebir y formular políticas y decisiones sobre el territorio turístico, teniendo en cuenta criterios medioambientales, socio-culturales y criterios económicos para asegurar los principios de la sostenibilidad.
- Conocer las TIC como herramientas esenciales en la gestión, promoción y comercialización de las empresas e instituciones del sector turístico, tanto a nivel interno como externo.
- Generar la capacidad para poder intervenir en la elaboración e implementación de planes de desarrollo turístico y comprender las consecuencias y oportunidades que se desprenden de los planes públicos.

5.- Contenidos

Áreas temáticas:

- I. Desarrollo de productos turísticos especializados. Escenario y oportunidades.
- II. Eje 1: Nuevos consumidores.
- III. Eje 2: Nuevos productos.
- IV. Eje 3: Nueva industria.
- V. Evaluación de las oportunidades de especialización. Desarrollo de investigación.

6.- Competencias a adquirir

Básicas/Generales.

Competencias básicas:

CB2, CB3, CB4

Competencias generales:

CG1, CG2, CG3, CG4, CG5, CG6, CG7.

Específicas.

CE7, CE17, CE19

7.- Metodologías docentes

- Actividades introductorias (dirigidas por el profesor).
- Actividades teóricas (dirigidas por el profesor): sesión magistral.
- Actividades prácticas guiadas: prácticas en el aula, prácticas en aula de informática, prácticas externas, exposiciones y debates.
- Atención personalizada (dirigida por el profesor): tutorías, actividades de seguimiento online.
- Actividades prácticas autónomas: preparación de trabajos, trabajos, foros de discusión.
- Pruebas de evaluación: trabajo de investigación.

Nota La plataforma virtual Studium será el soporte para el desarrollo de la asignatura. A través de ella se facilitará todo el material necesario para desarrollar la misma; igualmente servirá de canal de información y tutorización para la materia.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales	7.5		15	22.5
Prácticas	- En aula	7.5	10	17.5
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)			
Seminarios				
Exposiciones y debates				
Tutorías				
Actividades de seguimiento online	14			14
Preparación de trabajos		5	15	20
Otras actividades (detallar)				
Exámenes	1			1
TOTAL	30	5	40	75

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

- BUHALIS, D., COSTA, C. (2006). *Tourism business frontiers*. Oxford. Elsevier.
- NOVELLI, M. (2005). *Niche tourism: contemporary issues, trends and cases*. Oxford. Elsevier.

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

- BONIFACE, B. Y COOPER, C. (2005). *Worldwide destinations casebook*. Oxford. Elsevier.
- BORJA, L., CASANOVAS, J.A. Y BOSCH, R. (2002). *El consumidor turístico*. Madrid. ESIC.
- CAMPO, S. Y YAGÜE, M.J. (2011). *Publicidad y promoción en las empresas turísticas*. Madrid. Síntesis
- DÍAZ, B. (2011). *Diseño de productos turísticos*. Madrid. Síntesis.
- EJARQUE, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito*. Madrid. Pirámide.
- EUROPEAN TRAVEL COMMISSION AND WORLD TOURISM ORGANIZATION (2007). *Handbook on tourism market segmentation*. Bruselas. WTO, ETC.
- EUROPEAN TRAVEL COMMISSION AND WORLD TOURISM ORGANIZATION (2008). *Handbook on e-marketing for tourism destinations*. Madrid. WTO, ETC.
- EUROPEAN TRAVEL COMMISSION AND WORLD TOURISM ORGANIZATION (2009). *Handbook on tourism destinations branding*. Madrid. WTO, ETC.
- FORO DE MARCAS RENOMBRADAS ESPAÑOLAS (2008). *Grandes marcas de España*. Madrid. FMRE.
- KOTLER, P. (2008). *Fundamentos de marketing* (8ª ed.). México. Prentice Hall.
- KOTLER, P. ET AL (2011). *Marketing turístico* (5ª ed). Madrid. Prentice Hall-Financial Times.
- MUNUERA ALEMÁN, J.L. Y RODRÍGUEZ ESCUDERO, A.I. (2002). *Estrategia de marketing: teoría y casos*. Madrid. Pirámide.
- PLANELL COSTA, M. Y CRESPI VALLBONA, M. (2011). *Destinos turísticos*. Madrid. Síntesis.
- SAINZ DE VICUÑA, J.M. (2002). *El plan de marketing en la práctica*. Madrid. ESIC.
- SAN EUGENIO, J. COORD. (2012). *Manual de comunicación turística*. Barcelona. Documenta Universitaria.
- VÁZQUEZ CASIELLES, R., TRESPALACIOS GUTIÉRREZ, J.A. Y RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I.A. (2005). *Marketing: Estrategias y Aplicaciones Sectoriales* (4ª ed.). Madrid. Thomson-Civitas.

OTROS RECURSOS:

- Material de elaboración propia proporcionado a través del Campus Virtual Studium.
- Referencias bibliográficas específicas de carácter profesional.
- Páginas web institucionales, empresariales y profesionales.
- Publicaciones periódicas profesionales.
- Estadísticas e informes sectoriales.
- Guías profesionales.
- Indicadores turísticos.

10.- Evaluación

Consideraciones Generales

La evaluación se concreta en un sistema de evaluación continua, con diferentes instrumentos de evaluación.

Criterios de evaluación

En la prueba final de semestre el alumno debe demostrar la adquisición de los conocimientos teóricos y de las competencias específicas, la capacidad de análisis y de síntesis y la comunicación escrita.

En el trabajo desarrollado por el estudiante se valorará la capacidad de análisis y síntesis, la comunicación oral y escrita, el trabajo en equipo y el aprendizaje autónomo. El compromiso ético será valorado tanto en las prácticas como en las intervenciones en la clase.

Instrumentos de evaluación

Evaluación continua:

- Pruebas intermedias y/o elaboración de trabajos prácticos.
- Asistencia y/o participación.
- Prueba final.

Sistema de evaluación	Alumnos presenciales		Alumnos no presenciales	
	calificación	Mínimo a alcanzar para poder superar la materia	calificación	Mínimo a alcanzar para poder superar la materia
Prueba final	50% (5 ptos)	2 puntos	50% (5 ptos)	2 ptos
Pruebas intermedias y/o elaboración trabajos prácticos	40% (4 ptos)	1.6 ptos	50% (5 ptos)	2 ptos
Asistencia y/o participación	10% (1 pto)	0.8 ptos	-	
Total	100%	5	100%	5

La valoración de la participación e interacción con el grupo presupone la asistencia al menos al 80% de las clases, más la realización de actividades en aula. Para alumnos no presenciales, para la calificación del 10% de de participación e interacción, se diseñará una actividad específica no presencial.

Convocatoria extraordinaria: Se mantiene el mismo esquema de evaluación para la convocatoria extraordinaria, es decir, para calificar la prueba final correspondiente a la misma, han de presentarse las prácticas obligatorias propuestas, manteniéndose los mismos criterios de mínimos y de peso en la calificación global.

Recomendaciones para la recuperación.

Se recomienda la utilización de las tutorías presenciales y/o online para atender cada situación específica.

NOMBRE DE LA ASIGNATURA**1.- Datos de la Asignatura: **TURISMO ACCESIBLE Y SOCIAL****

Código	107.527	Plan		ECTS	3
Carácter	OP	Curso	4	Periodicidad	C
Área	Psicología Social				
Departamento	Psicología Social y Antropología				
Plataforma Virtual	Plataforma:	STUDIUM			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Fernando Jiménez Muñoz	Grupo / s	
Departamento	Psicología Social y Antropología		
Área	Psicología Social		
Centro	E.U. de Educación y Turismo		
Despacho	43		
Horario de tutorías	Por determinar		
URL Web			
E-mail	fjmunoz@usal.es	Teléfono	920353600

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
MENCION DE GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Pertenece dentro de un bloque multidisciplinar en el cual se impartirá una formación que se considera imprescindible y común, para cualquier egresado que pretenda desarrollar su actividad profesional o empresarial en alguno de los ámbitos del sector turístico.
Perfil profesional.
Gestión y dirección de empresas turísticas Gestión y planificación del turismo.

3.- Recomendaciones previas

Ninguna.

4.- Objetivos de la asignatura

El carácter de la asignatura es básico. Es una asignatura de introducción en los contenidos del turismo accesible y social, esencial para adquirir los conocimientos necesarios para lograr las competencias específicas de los titulados en Turismo en esta materia.

Aproximación al conocimiento de los conceptos básicos de discapacidad, accesibilidad y carácter social del turismo, identificando su organización, instituciones principales y reglas de actuación.

5.- Contenidos

1. EI TURISMO ACCESIBLE. Antecedentes. Turismo Accesible y Turismo Social.
2. EL TURISMO SOCIAL. Antecedentes y contenido.
3. EL TURISMO ACCESIBLE Y SU DEMANDA. Las personas con discapacidad: Tipos y necesidades.
4. LA ACCESIBILIDAD Y LA OFERTA TURÍSTICA. Alojamientos. Transporte. Recursos Turísticos. Rutas y circuitos turísticos.
5. ACCESIBILIDAD AL PATRIMONIO HISTÓRICO y NATURAL. Experiencias prácticas.
6. EL TURISMO SOCIAL. Situación autonómica, estatal y europea. Demanda de turismo social. Programas de turismo social. Experiencias prácticas.

Prácticas

- Prácticas sobre eliminación de barreras
- Prácticas sobre recursos y alojamientos turísticos accesibles
- Prácticas sobre turismo social

6.- Competencias a adquirir**Específicas.**

- E6 Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
 E12 Dirigir y gestionar (Management) los distintos tipos de entidades turísticas
 E13 Manejar técnicas de comunicación
 E26 Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas

Básicas/Generales. Específicas

- G1 Capacidad de análisis y síntesis
- G2 Comunicación oral y escrita en español.
- G3 Resolución de problemas
- G4 Toma de decisiones
- G5 Trabajo en equipo
- G6 Razonamiento crítico
- G8 Aprendizaje autónomo
- G9 Adaptación a nuevas situaciones
- G10 Creatividad

7.- Metodologías docentes

Clases presenciales: presentación de los contenidos fundamentales de la asignatura.

Clases prácticas: los alumnos deberán exponer, analizar y debatir las distintas actividades propuestas para la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos. Organización de seminarios y debates, dirigidos a la presentación y discusión de las lecturas y trabajos realizados individualmente o en grupo.

Tutorías: Resolución de dudas, adquisición de información complementaria e intercambio de ideas.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales	12			12
Prácticas	- En aula	8	15	23
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)	2		
Seminarios				
Exposiciones y debates	4		5	9
Tutorías	3			3
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos			15	15
Otras actividades (detallar)				
Exámenes	2		10	12
TOTAL	31		45	76

9.- Recursos

Libros de consulta para el alumno

ARTOLA, M. "*Los derechos del hombre*". Alianza, Madrid, 1994.

AVOSPA "*Toledo en silla de ruedas*". Ed. AVOSPA y Consejería de Bienestar Social de Castilla La Mancha, (2ª Edición), Toledo, 1999.

ALPE "*Turismo accesible*". Ed. Consejería de Economía y Empleo y Organización Mundial del Turismo. Madrid, 1997.

BOEMING HAUS, D. "*Pavimentos y límites urbanos*" (3ª edición), Barcelona, 1992.

CABEZAS CONDE, G. "*Arquitectura para todos. Manual para proyectar sin barreras arquitectónicas*". Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid, 1978.

CÁTEDRA DE OCIO Y MINUSVALÍAS "*El ocio en la vida de las personas con discapacidad*". Universidad de Deusto, Bilbao, 1995.

COMISIÓN EUROPEA. DIRECCIÓN GENERAL XXIII-UNIDAD DE TURISMO "*Por una Europa Accesible a turistas con discapacidades. Manual para la Industria del Turismo*". Oficina de publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 1996.

CUENCA CABEZA, M. (Coord.) "*Legislación y política social sobre el Ocio de las personas con discapacidad*". Universidad de Deusto, Bilbao, 1997.

CUENCA CABEZA, M. "*Ideas prácticas para la educación del ocio: fiestas y clubes*". Universidad de Deusto, Bilbao, 2000.

FEMP "*La administración local en la supresión de barreras arquitectónicas*", 1991.

FEMP "*Criterios básicos para la mejora de la accesibilidad y habitabilidad en el medio urbano*", 1991.

FERNÁNDEZ GARABAL, J. "*Accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas en establecimientos hoteleros*", en la obra colectiva "*Curso de Inspección Turística*" dirigida por J.M. RODRÍGUEZ ENRIQUEZ. Xunta de Galicia, 2001.

GORBEÑA, GONZÁLEZ Y LÁZARO, "*El Derecho al ocio de las personas con discapacidad: análisis de la normativa internacional, estatal y autonómica del País Vasco*". Universidad de Deusto, Bilbao, 1997.

INSERSO "*Accesibilidad para personas con movilidad reducida. Marco en urbanismo y edificación*", Madrid, 1993.

MARCOS PÉREZ, D. y GONZÁLEZ VELASCO, D. "*Turismo Accesible: hacia un turismo para todos*", Ed. Mazars, 2003

MELGOSA ARCOS, F. JAVIER "*Turismo accesible*", en la obra colectiva "*IV Congreso de turismo universidad y empresa*", dirigido por BLANQUER CRIADO, D., Ed. Tirant lo Blanch, 2002 (págs. 705 a 730). CL

MELGOSA ARCOS, F. JAVIER "*Turismo accesible, turismo para todos en una ciudad patrimonio de la humanidad: el caso de Ávila*", en el monográfico "*Turismo Accesible*", Revista de Turismo & Desenvolvemento (RT&D), de la Universidad de Aveiro. ISSN 1645-9261, 2009.

MELGOSA ARCOS, F. J. "*Por un mundo más justo. La convención internacional sobre los derechos humanos de las personas con discapacidad*", en la obra colectiva "*Fortalecimiento institucional: transparencia, accountability para un buen gobierno*", Ed. Centro de Estudios Internacionales de la Pontificia Universidad Católica de Chile, 2011. CL

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, "*El papel de la animación turística en el desarrollo de las vacaciones activas y del turismo temático para ofrecer el enriquecimiento de la experiencia de vacaciones*", OMT, Madrid, 1990.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD, "*Clasificación internacional de deficiencias, discapacidades y minusvalías. Manual para la clasificación de las consecuencias de la enfermedad*". INSERSO, Madrid, 1983.

SAN SALVADOR DEL VALLE DOISTUA, R. "*Políticas de ocio*". Universidad de Deusto, Bilbao, 2000.

SETIÉN SANTAMARÍA, M.L. (Coord.) "*Ocio, calidad de vida y discapacidad. Actas de las IV Jornadas de la Cátedra de Ocio y Minusvalías*". Universidad de Deusto, Bilbao, 2000.

SIADeco, "*Guía de accesibilidad de servicios turísticos de la Comunidad Autónoma del País Vasco*". Coordinadora Disminuidos Físicos de la CAPV, Vitoria, 1993.

SANCHIZ PONS, N. "*Turismo Accesible*". ALPE, 1997.

VVAA "*Actas del Congreso Estatal sobre Prestación de Servicios para Personas Ciegas y Deficientes Visuales*". ONCE, Madrid, 1994.

VVAA "*Curso básico sobre accesibilidad al medio físico: Evitación y supresión de barreras arquitectónicas, urbanísticas, en el transporte y en las telecomunicaciones*" (Documentos 16/96). Ed. Real Patronato de Prevención y de Atención a Personas con Minusvalía, Madrid, 1996.

VVAA "*Manual de accesibilidad*". INSERSO, 1994.

VVAA "*Turismo accesible. Habilitación y recepción en establecimientos turísticos*". Comisión Nacional Asesora para la Integración de Personas Discapacitadas. Argentina, 1997.

VVAA "*Manual de accesibilidad a hoteles para personas con movilidad reducida*". Ed. Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y PYMES, Real Patronato de Prevención de y de atención a Personas con Minusvalía, y Federación Española de Hoteles. Madrid, 1997.

VVAA "*Accesibilidad y supresión de barreras. El procedimiento en la Comunidad de Madrid*". IMSERSO, 1996.

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

Se facilitará en STUDIUM